

**ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT MUSLIM TERHADAP
PENTINGNYA LABEL HALAL PADA PRODUK MAKANAN (STUDI
KASUS: MASYARAKAT DESA KERSAMENAK)**

Ayu Nuraini, Muhammad Saepurohman

Sekolah Tinggi Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam Bandung

Email: ayunuraini@student.stembi.ac.id, m.saepurohman@stembi.ac.id

Abstrak

Label halal pada produk makanan merupakan jaminan kehalalan yang penting bagi umat Muslim. Namun, beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pemahaman dan kesadaran sebagian masyarakat muslim Indonesia terhadap pentingnya label halal masih beragam. Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi masyarakat muslim di Desa Kersamenak, salah satu desa yang mayoritas penduduknya beragama Islam terhadap pentingnya label halal pada produk makanan dan mengetahui implementasi sertifikasi halal pada pelaku UMKM Desa Kersamenak. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian dilakukan teknik analisis data dengan mereduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar menganggap bahwa produk makanan tanpa label halal harus dihindari. Meskipun ada sebagian kecil yang berpendapat bahwa produk tersebut belum tentu haram, kebanyakan masyarakat menganggapnya masih syubhat dan lebih baik ditinggalkan. Faktor yang membentuk persepsi masyarakat pada pembelian produk makanan halal yaitu faktor agama, sosial, pribadi meliputi kesadaran, pengetahuan, pemahaman, kebutuhan, dan psikologis. Sedangkan implementasi label halal pada pelaku UMKM di Desa Kersamenak belum maksimal karena masih terdapat produk makanan yang belum bersertifikasi halal. Kendala dalam implementasi jaminan produk halal meliputi kurangnya pengetahuan dan keinginan, rendahnya kesadaran dan ketaatan hukum serta keyakinan terhadap kehalalan produknya.

Kata kunci: Label Halal, Masyarakat Muslim, Persepsi, Produk Makanan

Abstract

Halal labels on food products are an important halal guarantee for Muslims. However, several previous studies have shown that the understanding and awareness of some Indonesian Muslim communities on the importance of halal labels is still diverse. This study aims to analyze the perception of the Muslim community in Kersamenak Village, one of the villages where the majority of the population is Muslim on the importance of halal labels on food products and find out the implementation of halal certification for MSME actors in Kersamenak Village. The type of research used is qualitative methods and data collection techniques carried out through interviews, observation and documentation. Then data analysis techniques are carried out by reducing data, presenting data and

drawing conclusions. The results of the study show that most consider that food products without halal labels should be avoided. Although there is a small percentage who argue that the product is not necessarily haram, most people consider it still syubhat and better abandoned. Factors that shape public perception on purchasing halal food products are religious, social, personal factors including awareness, knowledge, understanding, needs, and psychological. Meanwhile, the implementation of halal labels on MSME actors in Kersamenak Village has not been maximized because there are still food products that have not been halal-certified. Obstacles in the implementation of halal product assurance include lack of knowledge and desire, low awareness and compliance with the law and confidence in the halal product.

Keywords: *Food Products, Halal Label, Perception, Muslim Society*

A. Pendahuluan

Islam ialah agama yang mengalami pertumbuhan tercepat di dunia. Pada 2019, penduduk Muslim mencapai 1,8 milyar jiwa atau sekitar 25,1% dari total populasi global¹. Umat Islam memiliki kewajiban untuk mengonsumsi makanan dan minuman halal sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW. Mengonsumsi produk non-halal dapat berdampak buruk bagi jasmani dan rohani seorang Muslim.

Dijelaskan dalam Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi: "Wahai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaithan, karena sesungguhnya syaithan itu adalah musuh yang nyata bagimu." (Q.S. Al-Baqarah: 168).

Karena itu, keberadaan label halal pada kemasan produk makanan sangat penting bagi umat Islam sebagai panduan untuk memilih produk yang aman dan halal untuk dikonsumsi. Meskipun regulasi terkait sertifikasi dan pelabelan halal sudah ada di Indonesia, beberapa penelitian menunjukkan bahwa pemahaman dan kesadaran masyarakat Muslim Indonesia tentang pentingnya label halal masih beragam. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis persepsi masyarakat penduduk Muslim di Desa Kersamenak, salah satu desa dengan mayoritas penduduknya beragama Islam mengenai pentingnya label halal pada produk makanan.

Penelitian ini menjadi penting mengingat masih minimnya data dan kajian tentang pemahaman masyarakat Muslim pedesaan terhadap label halal. Sebagai masyarakat yang hidup di daerah pedesaan, akses terhadap informasi dan edukasi seputar label halal kemungkinan masih terbatas. Melalui penelitian ini diharapkan dapat teridentifikasi faktor-faktor yang membentuk persepsi masyarakat Desa Kersamenak terhadap label halal. Selain menggali persepsi masyarakat, penelitian ini juga akan mengkaji implementasi sertifikasi halal bagi pemilik UMKM di Desa Kersamenak.

¹ Dani Kusumastuti, 'Minat Beli Produk Halal Di Indonesia: Studi Pemetaan Sistematis', *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2.2 (2020), 27–50.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Persepsi Masyarakat Muslim Terhadap Pentingnya Label Halal Pada Produk Makanan (Studi Kasus: Masyarakat Desa Kersamenak)”. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran komprehensif tentang pemahaman konsumen Muslim pedesaan tentang istilah label halal pada produk makanan. Temuan tersebut dapat digunakan sebagai masukan dan bahan evaluasi untuk meningkatkan sosialisasi dan edukasi pentingnya label halal kepada seluruh lapisan masyarakat Indonesia, termasuk masyarakat pedesaan.

Dengan meningkatnya kesadaran umat Muslim untuk mengonsumsi produk berlabel halal, diharapkan dapat mendorong pertumbuhan industri produk halal di Indonesia. Sebagai negara Muslim terbesar di dunia, Indonesia dapat menjadi pemain utama dalam industri produk halal global karena memiliki potensi yang besar.

B. Landasan Teori

1. Persepsi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), persepsi adalah tindakan/tanggapan mendapatkan wawasan terhadap sesuatu; penyerapan dan proses dimana seseorang mengalami banyak hal melalui panca inderanya². Menurut Jalaludin Rahmat (1998), persepsi ialah pengalaman yang berkaitan dengan objek, hubungan atau peristiwa yang didapatkan dengan cara menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan³.

Faktor-faktor yang membentuk persepsi individu menurut Miftah Toha (2003) sebagai berikut⁴:

1. Faktor internal: termasuk nilai dan kebutuhan serta sikap, perasaan dan kepribadian individu, ketenangan, harapan atau keinginan, proses belajar, perhatian (fokus), gangguan kejiwaan dan keadaan fisik, minat dan motivasi.
2. Faktor eksternal: data yang diterima, latar belakang keluarga, ukuran, intensitas, keberlawanan, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, dan aspek-aspek yang tidak familiar dari suatu objek.

2. Masyarakat

Masyarakat merupakan sekelompok orang yang hidup dan bekerja sama dalam jangka waktu yang cukup lama sehingga memungkinkan mereka untuk mengatur diri mereka sendiri dan berdamai dengan situasi mereka saat ini sebagai entitas sosial. Islam diartikan sebagai ketaatan dan ketundukan kepada Allah, dengan ketatatan dan ketundukan yang

² Kamus. 2016. Pada KBBI Daring. Diambil 9 Desember 2023, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/persepsi>.

³ Meika Wahyuni, ‘*Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus Pada Pt. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)*’ (Universitas Islam Negeri Walisongo, 2015), hlm, 25.

⁴ Nur Jannah, ‘Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan (Studi Masyarakat Muslim Desa Cenning Kabupaten Luwu Utara)’, *Skripsi*, 2023, hlm. 16.

utuh maka terwujudlah Islam dalam kehidupan dan akhirat nanti. Masyarakat muslim ataupun masyarakat Islam merupakan sekelompok orang terikat oleh budaya Islam dan hidup bersama, dimana budaya tersebut diamalkan atau dijadikan oleh masyarakat tersebut sebagai kebudayaan sendiri. Masyarakat yang hidup bersama menjadi satu kelompok, dan kelompok ini menjalani kehidupan sehari-harinya sesuai dengan prinsip Al-Qur'an dan Hadits dari segala aspek kehidupan⁵.

Oleh karena itu, disimpulkan bahwa masyarakat Muslim adalah sekelompok orang yang kehidupannya berlandaskan kebudayaan Islam, yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadits, serta mengikuti peraturan atau hukum Islam.

3. Label Halal

Istilah halal mengacu pada sertifikasi yang dikeluarkan oleh lembaga seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk menjamin bahwa suatu produk tersebut memenuhi hukum Islam⁶. Regulasi terkait label halal diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 tentang Jaminan Produk Halal. Sebelumnya, label halal dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam bentuk lingkaran berwarna hijau dengan bertuliskan "Majelis Ulama Indonesia", pada tahun 2022 label halal diganti menjadi berbentuk seperti wayang. Namun, logo halal MUI masih akan digunakan masyarakat hingga lima tahun ke depan dan MUI yang tetap mengeluarkan kewenangan penerbitan fatwa halal. Penetapan label halal yang baru bertujuan untuk melaksanakan Pasal 37 Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang mengatur hak BPJPH untuk menetapkan logo halal.

Kebijakan perubahan label ini merupakan bagian dari upaya pemerintah untuk memudahkan tugas para pelaku usaha dalam rangka transisi yang semula dari status sukarela sertifikasi halal pada produk menjadi status wajib setelah ditetapkannya Undang-Undang tersebut⁷

Selain label halal, terdapat juga sejumlah peraturan yang mengalami perubahan, seperti mewajibkan pemilik usaha Indonesia untuk mendaftarkan produk dagangannya baik produk minuman, makanan maupun produk non minuman dan makanan. Apabila pemilik usaha tidak mendaftarkan produknya dalam batas waktu yang ditetapkan pemerintah, maka pemilik usaha akan dikenakan hukuman.

4. Produk

Menurut Philip Kotler (2006), produk adalah sesuatu yang dapat dijual ke pasar agar dibeli, dikonsumsi, dan digunakan untuk memenuhi

⁵ Akis Zakiah Fate'ah, *Analisis Persepsi Masyarakat Muslim Terhadap Pentingnya Label Halal Pada Produk Non Makanan Dan Minuman (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Gerduren Kecamatan Purwojati Kabupaten Banyumas)* (Purwokerto, 2022), hlm. 20.

⁶ Ummu Nadhiroh, 'Analisis Persepsi Konsumen Tentang Label Halal Daging Impor Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syari'ah Di Kota Medan' (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020), hlm 27.

⁷ Ibid. hlm. 27.

kebutuhan dan keinginan⁸. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa produk ialah suatu barang atau jasa yang memberikan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari.

Adapun pengertian produk berdasarkan syariah yaitu produk yang dibuat menurut hukum syariah berdasarkan Al-Qur'an, Sunnah dan sumber hukum lainnya seperti *mudharabah*, *musyarakah*, *ijarah*, *hawalah*, dan *salam*. Konsep, makna, aturan, dan ketentuannya pada mulanya diuraikan dalam kitab-kitab hukum Islam dari berbagai Mazhab Hukum. Penerapan kebijakan ini tidak akan mengubah kriterianya. Misalnya akad *salam* telah berkembang menjadi akad *salam* yang paralel dan digunakan oleh perbankan dan pasar modal syariah, namun pertumbuhan akad *salam* tersebut tidak akan memisahkannya dari aturan dasar yang mengatur akad *salam*⁹.

5. Perilaku Konsumen

Schiffman dan Kanuk (1994) mengartikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mencari, membeli, menggunakan, menghabiskan dan mengevaluasi produk dan jasa yang mereka yakini akan memenuhi kebutuhan mereka¹⁰. Menurut Engel, Blackwell dan Miniard (1995), perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku pembelian, konsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan sebelum dan sesudah perilaku tersebut¹¹. Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen mengacu pada seluruh aktivitas, tindakan dan proses yang mendorong perilaku tersebut sebelum pembelian, selama pembelian dan saat mengkonsumsi produk/jasa serta kegiatan mengevaluasi.

Faktor- faktor yang membentuk perilaku konsumen menurut Philip Kotler (1997) adalah sebagai berikut¹²:

a. Faktor Budaya

- 1) Budaya: Budaya dapat diartikan sebagai ekspresi kreativitas masyarakat dari satu generasi ke generasi berikutnya, yaitu suatu bentuk perilaku yang mempunyai arti penting dalam kehidupan sebagai anggota masyarakat.
- 2) Sub-budaya: yaitu dari suatu budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang menjadi ciri khas perilaku anggotanya.
- 3) Kelas Sosial: Merupakan sekelompok orang tertentu yang kedudukannya setara dan seimbang dalam masyarakat.

⁸ Ibid.hlm.30.

⁹ Ibid. hlm. 31.

¹⁰ Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen Konsumen (Pengembangan Konsep Dan Praktik Dalam Pemasaran)* (Yogyakarta: Idea Press, 2021). hlm. 7.

¹¹ Anita Rahmawaty, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam: Konsep, Teori Dan Analisis* (Yogyakarta: Idea Press, 2021). hlm. 12.

¹² Kurniati, 'Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam', *Ekonomi Syariah Indonesia*, 6(1), (2016), 45–52.

b. Faktor Sosial

- 1) Kelompok Referensi: Kelompok referensi diartikan sebagai sekelompok orang yang mempengaruhi sikap, nilai, norma dan perilaku konsumen.
- 2) Keluarga: Keluarga diartikan sebagai unit kecil dalam masyarakat yang perilakunya mempunyai pengaruh penting dan menentukan dalam pengambilan keputusan konsumen.
- 3) Status dan peran: Setiap orang harus berpartisipasi dalam berbagai kelompok selama masa hidupnya. Dalam setiap kelompok, kedudukan individu dalam setiap kelompok disebut sebagai status dan peran.

c. Faktor Pribadi

- 1) Usia: Masyarakat membutuhkan barang dan jasa sepanjang hidupnya. Perilaku ini berubah seiring berjalannya siklus hidup.
- 2) Gaya Hidup: Gaya hidup seseorang tercermin melalui kegiatan yang diikutinya, minat dan pendapatnya.
- 3) Kepribadian: Kepribadian seorang konsumen dapat dipengaruhi oleh pengaruh internal (motivasi, emosi, IQ, cara berpikir dan persepsi) dan faktor eksternal (lingkungan fisik, keluarga, masyarakat, sekolah, lingkungan alam).

d. Faktor Psikologis

- 1) Motivasi: Keadaan yang ada dalam diri seseorang dan mendorongnya untuk bertindak.
- 2) Persepsi: Persepsi mengubah perilaku seseorang dalam situasi yang sama dalam kondisi yang sama dan jika keadaannya berbeda maka tindakannya juga berbeda.
- 3) Belajar: Belajar dapat diartikan sebagai perubahan yang dibawa oleh pemahaman dan pengalaman yang diperoleh sebelumnya.
- 4) Sikap dan kepercayaan: Sikap merupakan penilaian kognitif seseorang terhadap kesukaan dan ketidaksukaannya, perasaannya, dan tindakannya terhadap berbagai objek atau gagasan.

6. Implementasi

Dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBBI), implementasi mengacu pada eksekusi dan pembelajaran. Biasanya, strategi implementasi sering dikaitkan dengan beberapa jenis kegiatan yang dilakukan untuk mencapai hasil tertentu¹³. Menurut Widodo (2008), implementasi adalah proses pemberian bimbingan untuk melaksanakan suatu tugas dan memiliki kemampuan untuk memberikan umpan balik atau konsekuensi

¹³ Kamus. 2016. Pada KBBI Daring. Diambil 19 Januari 2024, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/implementasi>.

mengenai tugas tersebut¹⁴. Dapat disimpulkan bahwa implementasi adalah jenis kegiatan yang memberikan sarana penunjang untuk mengembangkan situasi yang akhirnya menghasilkan reaksi dan dampak terhadap sesuatu.

Ada empat faktor yang menjadikan keberhasilan terhadap implementasi menurut George Edward III (1980) antara lain¹⁵:

- 1) Komunikasi: Komunikasi berarti proses pengiriman informasi dari komunikator ke komunikan. Ada tiga aspek penting dalam proses komunikasi: kejelasan (*clarity*), transmisi (*transmission*), dan konsistensi (*consistency*).
- 2) Sumber daya: Terdiri dari sumber daya manusia, sumber daya peralatan, sumber daya kewenangan dan sumber daya anggaran.
- 3) Disposisi: Disposisi didefinisikan sebagai kemauan, keinginan dan kecenderungan para pelaku kebijakan dalam melaksanakan kebijakan untuk dapat mewujudkan tujuan politik.
- 4) Struktur Birokrasi: Struktur birokrasi berkaitan dengan perannya sebagai badan penyelenggara penegakan hukum.

C. Tinjauan Pustaka

Untuk menunjang penelitian yang akan dilakukan, beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang dilakukan akan dibahas dalam penelitian ini. Berikut ini disajikan penelitian-penelitian terdahulu berupa jurnal dan skripsi serta beberapa perbandingan dengan penelitian terdahulu yang akan menjadi acuan penelitian yang akan diteliti.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Widiawati dan Ahmad Ajib Ridlwan dalam jurnal JESKaPe yang berjudul “Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Tidak Bersertifikasi Halal Dengan Merek Tidak Mengandung Makna Sarkasme” pada tahun 2020.

Hasil dari penelitian tersebut adalah konsumen Muslim dari mie sexy, mie senewen, mie setan dan nasi goreng jancuk, kurang peduli dengan sertifikat halal. Namun, berdasarkan pernyataan yang dibuat oleh konsumen Muslim, produk yang tidak bersertifikasi halal tidak menjadi masalah selama mengandung bahan-bahan yang halal, membuat konsumen lebih cenderung memilih berprasangka baik terhadap suatu produk makanan. Adapun perbedaan dalam penelitian ini didasarkan pada objek penelitian dimana penelitian terdahulu meneliti tentang status label halal oleh merek yang tidak mengandung makna sarkasme, namun dalam penelitian ini penulis meneliti mengenai pentingnya label halal pada produk makanan.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Akis Zakiah Fate’ah, jurusan Ekonomi Islam dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. k. H. Saifuddin Zuhri, dengan skripsi yang berjudul “Analisis

¹⁴ Alva Salam dan Ahmad Makhtum, ‘Implementasi Jaminan Produk Halal Melalui Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman UMKM Di Kabupaten Sampang’, *Jurnal Qawwam: The Leader’s Writing*, 3(1) (2022), 10–20.

¹⁵ Elih Yuliah, ‘Implementasi Kebijakan Pendidikan’, *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30(2) (2020), 129–53.

Persepsi Masyarakat Muslim Terhadap Label Halal pada Produk Non Makanan dan Minuman yang dilakukan di masyarakat Desa Gerduren Kecamatan Purwojati Kabupaten Banyumas” pada tahun 2022.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di antara berbagai responden yang melakukan wawancara yang biasanya tidak mengerti atau tidak mengenali label halal MUI rata-rata adalah lansia atau ibu rumah tangga. Selain itu, terdapat banyak masyarakat di Desa Gerduren yang kurang memperhatikan label halal pada produk yang akan dibeli, mereka mengira bahwa karena mayoritas orang Indonesia beragama Islam, pemerintah telah mengkonfirmasi bahwa produk yang dijual di pasaran adalah halal. Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah objek penelitian, dimana penelitian terdahulu meneliti tentang label halal pada produk non makanan dan minuman, sedangkan penelitian ini penulis meneliti mengenai pentingnya label halal pada produk makanan.

D. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif. Lokasi dalam penelitian ini adalah di Desa Kersamenak, Kecamatan Tarogong Kidul, Kabupaten Garut, Jawa Barat, karena wilayah ini mayoritas beragama Islam. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan ialah data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini adalah wawancara langsung dengan narasumber. Narasumber dalam penelitian ini adalah masyarakat/konsumen muslim di Desa Kersamenak, sedangkan data sekunder dalam penelitian ini adalah jurnal, skripsi, buku dan website yang dapat digunakan untuk mendukung penelitian ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara secara terstruktur dan dokumentasi. Kemudian teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman yang meliputi tiga analisis data. Pertama, mereduksi data yakni merangkum serta memastikan faktor-faktor utama yang sekiranya relevan dengan fokus penelitian. Kedua, penyajian data dengan menggunakan bentuk naratif. Ketiga, penarikan kesimpulan yang mencakup penemuan-penemuan baru yang belum ditemukan sebelumnya, maka penemuan-penemuan tersebut muncul dalam bentuk gambaran atau deskripsi suatu objek yang sebelumnya kurang jelas atau masih samar. Oleh karena itu, setelah penelitian dilakukan akan menghasilkan sesuatu yang jelas dan tuntas mengenai persepsi masyarakat di Desa Kersamenak terhadap pentingnya label halal pada produk makanan serta implementasinya pada produsen yaitu UMKM di Desa Kersamenak.

E. Hasil dan Pembahasan

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Kersamenak adalah salah satu desa di Kecamatan Tarogong Kidul Garut yang banyak potensi dan sangat berkarakter. Sebagai daerah hinterland dari Kota Garut, Desa ini sedang dalam masa transisi dari masyarakat agraris yang sedang mengarah pada Desa dengan banyak

varian pekerjaan. Industri kecil di bidang konveksi, peralatan rumah tangga, pengolahan makanan dan peralatan pertanian sudah lama berkembang. Desa Kersamenak salah satu desa di Kecamatan Tarogong Kidul Kabupaten Garut yang terdiri dari 8 Rukun Warga (RW) dan 36 Rukun Tetangga (RT). Kondisi umum desa Kersamenak memiliki Batas Wilayah administratif, yaitu: Sebelah Utara: Desa Sukabakti Kecamatan Tarogong Kidul. Sebelah Timur: Desa Cibunar Kecamatan Tarogong Kidul. Sebelah Selatan: Desa Mekarjaya Kecamatan Bayongbong. Sebelah Barat: Desa Cintakarya Kecamatan Samarang.

Seluruh penduduk Desa Kersamenak beragama Islam. Jumlah penduduk muslim di Desa Kersamenak sebanyak 7.681 jiwa, terdiri dari laki-laki 3.967 jiwa dan perempuan 3.720 jiwa.

2. Analisis Persepsi Masyarakat Muslim Desa Kersamenak Terhadap Pentingnya Label Halal pada Produk Makanan

Kehalalan produk makanan menjadi hal yang sangat penting bagi masyarakat Muslim. Masyarakat Muslim di Desa Kersamenak memiliki persepsi yang kuat tentang pentingnya label halal pada produk makanan. Di Desa Kersamenak, Kabupaten Garut, sebagian besar masyarakat Muslim menganggap bahwa produk makanan tanpa label halal harus dihindari. Meskipun ada sebagian kecil yang berpendapat bahwa produk tanpa label halal belum tentu haram, kebanyakan masyarakat menganggapnya masih syubhat (belum jelas kehalalannya) dan merasa ragu untuk mengonsumsinya dan lebih baik ditinggalkan.

Faktor utama yang membentuk persepsi masyarakat tentang labelisasi halal adalah agama dan keyakinan. Pada wawancara dengan Irham Muhsinin yang merupakan salah satu narasumber di Desa Kersamenak mengatakan bahwa: “Faktor utama yaitu agama, bahwa agama melarang umat Islam mengonsumsi produk haram. Hal tersebut jelas telah Allah larang dalam ayat Al-Qur’an dan menurut beberapa penelitian produk yang haram terutama makanan dan minuman tidak baik bagi kesehatan tubuh”

Selain itu, lingkungan sosial juga turut mempengaruhi keputusan pembelian produk makanan halal. Pengalaman positif dari orang terdekat dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kehalalan suatu produk. Seperti yang dikatakan oleh salah satu narasumber di Desa Kersamenak: “Ya, karena rekomendasi positif atau pengalaman baik dari orang terdekat dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap kehalalan produk tersebut”. Namun ada sebagian kecil yang berpendapat bahwa lingkungan tidak berpengaruh, seperti yang diungkapkan oleh salah satu narasumber: “Tidak, saya akan tetapi dengan keputusan saya, karena ini pendirian saya”.

Masyarakat Desa Kersamenak umumnya menyadari pentingnya memperhatikan kehalalan produk makanan yang mereka konsumsi. Mereka memahami bahwa label halal pada kemasan produk merupakan jaminan kehalalan berdasarkan prinsip agama Islam. Maka dari itu, kebutuhan akan kehalalan produk menjadi faktor pendorong utama

dalam pemilihan produk makanan, bukan semata-mata karena keinginan untuk mendapatkan produk yang lebih murah.

Dari segi psikologis, sebagian besar masyarakat Desa Kersamenak meyakini bahwa mengonsumsi makanan halal dapat memberikan pengaruh positif terhadap mental, psikis, dan akhlak. Mereka percaya bahwa makanan halal dapat melahirkan jiwa dan perbuatan yang baik, memberikan ketenangan pikiran serta mencegah dari berbagai penyakit dan gangguan. Seperti yang diungkapkan Irni Sania Putri pada wawancara yang merupakan salah satu narasumber di Desa Kersamenak: “Tentu, banyak riwayat menyatakan bahwa setiap apa yang dikonsumsi dari yang haram akan berpengaruh pada hal negatif termasuk dosa. Begitu pun makanan halal sebagaimana terdapat ayat dalam Al-Qur’an ketika dikonsumsi akan memberikan pengaruh positif dan mencegah dari berbagai penyakit dan gangguan”.

Dengan persepsi yang kuat tentang pentingnya label halal pada produk makanan, masyarakat Musim di Desa Kersamenak menjadikan produk halal sebagai prioritas mutlak dalam mengonsumsi dan memilih produk makanan.

3. Implementasi Sertifikasi Halal pada Produk Makanan UMKM Di Desa Kersamenak

Sertifikasi halal merupakan aspek penting dalam industri makanan, khususnya bagi UMKM. Di Desa Kersamenak, beberapa pelaku UMKM telah mengambil langkah untuk mendapatkan sertifikasi halal pada produk mereka seperti pada produk donat milik Ibu Relani dan produk cuanki milik Ibu Imas. Namun masih ada beberapa UMKM yang belum bersertifikasi halal pada produknya, seperti produk sosring milik Bapak Hendar, produk wajit milik Ibu Neni dan produk rengginang milik Ibu Ai.

Bagi UMKM yang telah bersertifikasi halal, seperti Ibu Imas dan Ibu Relani, mereka mengaku bahwa alasan utama mengajukan sertifikasi halal adalah untuk meyakinkan konsumen bahwa produknya terjamin kehalalannya. Selain itu, sertifikasi halal juga membuka peluang untuk memasarkan produknya ke sektor yang lebih luas, seperti melalui media sosial atau pasar online yang mensyaratkan adanya sertifikasi halal.

Di sisi lain, terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh UMKM yang belum bersertifikasi halal. Sebagian besar mengaku belum memiliki keinginan untuk mengajukan sertifikasi halal karena merasa produk mereka sudah terjamin kehalalannya dari segi bahan dan proses pengolahan. Selain itu, kurangnya informasi mengenai prosedur pengajuan sertifikasi halal dan persepsi bahwa proses tersebut rumit juga menjadi faktor penghambat.

Berdasarkan wawancara dan observasi dengan Sekretaris Desa dan pemilik UMKM di Desa Kersamenak, berikut faktor yang berdampak pada keberhasilan dalam implementasi yang diusulkan oleh George C. Edward, antara lain:

- a. Komunikasi: Dinas Desa Kersamenak berwenang sebagai fasilitator sertifikasi halal gratis telah melakukan berbagai upaya untuk menyampaikan tentang sertifikasi halal gratis bagi pelaku UMKM dengan mensosialisasikan dan menyebarkan informasi di platform seperti whatsapp, website, dan media sosial lainnya.
- b. Sumber daya: Sumber daya telah disediakan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama yang menyelenggarakan layanan sertifikasi halal gratis setiap tahunnya dan saat ini sepanjang tahun 2023 terdapat kuota 1 juta orang yang diberi fasilitas untuk mendapatkan sertifikasi halal.
- c. Disposisi: Disposisi mengacu pada kepribadian dan ciri-ciri pelaku seperti kesiapan, dedikasi, sifat demokratis dan kejujuran. Dalam hal ini Dinas Desa Kersamenak sangat membantu UMKM dalam pengurusan dan memberikan fasilitas sertifikasi halal.
- d. Struktur Birokrasi: Dinas Desa Kersamenak bertugas menjadi pemberi edukasi dan fasilitator kepada masyarakat Kersamenak mengenai pelaksanaan Jaminan Produk Halal. Dalam hal ini, Dinas Desa Kersamenak tidak mempunyai prasarana dan kewenangan untuk menyelenggarakan sertifikasi halal gratis, namun Dinas Desa Kersamenak mempunyai peran pengawasan dalam pelaksanaan penjaminan produk halal dan berperan sebagai fasilitator dalam pengelolaan sertifikasi halal gratis.

Dari hasil wawancara dengan para pelaku UMKM yang memiliki produk makanan di Desa Kersamenak, mereka menyadari pentingnya sertifikasi dan label halal selaku umat Muslim. Dengan adanya sertifikasi halal memungkinkan konsumen merasa aman dan terlindungi.

Tentunya ada beberapa faktor yang menjadi kendala dalam implementasi jaminan produk halal, diantaranya kesadaran hukum baik produsen dan konsumen. Rendahnya tingkat kesadaran dan kepatuhan terhadap hukum membuat para pelaku UMKM di Desa Kersamenak beranggapan bahwa yang memiliki sertifikasi halal adalah produsen yang ingin mengembangkan usahanya ke pasar yang lebih luas lagi. Selain itu, kurangnya pengetahuan dan keinginan para pelaku UMKM, sehingga pelaku UMKM berpendapat bahwa proses pengajuan sertifikasi halal itu rumit. Para pelaku UMKM di Desa Kersamenak meyakini bahwa sertifikasi halal tergantung pada keinginan serta kesadaran produsen. Berikutnya biaya tentunya akan menjadi faktor penting bagi beberapa orang, termasuk para pelaku UMKM. Selanjutnya, keyakinan para pelaku UMKM terhadap produknya yang beranggapan bahwa produknya tersebut sudah pasti halal baik dari cara pengelolaannya dan bahannya sehingga tidak memerlukan sertifikasi halal.

Secara keseluruhan, produk UMKM yang ada di Desa Kersamenak dapat menjadi produsen makanan halal melalui sumber daya alamnya, namun peluang tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal. Perkembangan industri halal Indonesia dinilai stagnan karena pengusaha

di Indonesia, industri halal tidak dianggap menjadi peluang bisnis yang penting dan besar.

F. Penutup

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar menganggap bahwa produk makanan tanpa label halal harus dihindari. Meskipun ada sebagian kecil yang berpendapat bahwa produk tanpa label halal belum tentu haram, kebanyakan masyarakat menganggapnya masih syubhat (belum jelas kehalalannya) dan merasa ragu untuk mengonsumsinya dan lebih baik ditinggalkan. Adapun faktor yang membentuk persepsi masyarakat terhadap pembelian produk makanan halal yaitu faktor budaya atau agama, faktor sosial, faktor pribadi meliputi kesadaran, pengetahuan, pemahaman dan kebutuhan, dan faktor psikologis. Dalam hal ini, agama menjadi faktor yang paling terpenting dalam membentuk persepsi masyarakat. Sedangkan implementasi yang diusulkan oleh George C. Edward berdasarkan hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan yaitu komunikasi, sumber daya, disposisi dan struktur birokrasi sudah terlaksana dari pihak Dinas Desa Kersamenak sudah melaksanakan tanggung jawabnya sebagai fasilitator sertifikasi halal bagi UMKM, namun belum maksimal karena masih terdapat produk makanan yang tidak memiliki sertifikasi halal. Kendala dalam implementasi jaminan produk halal meliputi kurangnya pengetahuan dan keinginan, rendahnya kesadaran dan ketaatan hukum serta keyakinan terhadap kehalalan produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akis Zakiah Fate;ah, *Analisis Persepsi Masyarakat Muslim Terhadap Pentingnya Label Halal Pada Produk Non* (Purwokerto, 2022)
- KBBI, 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI). [Online, diakses tanggal 9 Desember 2023]
- KBBI, 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI). [Online, diakses tanggal 19 Januari 2024]
- Kurniati, 'Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam', *Ekonomi Syariah Indonesia*, VI, No. 1 (2016), 45–52
- Kusumastuti, Dani, 'Minat Beli Produk Halal Di Indonesia: Studi Pemetaan Sistematis', *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2.2 (2020), 27–50 <<https://doi.org/10.24090/mabsya.v2i2.3929>>
- Makhtum, Alva Salam dan Ahmad, 'Implementasi Jaminan Produk Halal Melalui Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman UMKM Di Kabupaten Sampang', *Jurnal Qawwam: The Leader's Writing*, 3(1) (2022), 10–20
- Nadhiroh, Ummu, 'Analisis Persepsi Konsumen Tentang Label Halal Daging Impor Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syari'ah Di Kota Medan' (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020)
- Ningsih, Ekawati Rahayu, *Perilaku Konsumen Konsumen (Pengembangan Konsep Dan Praktik Dalam Pemasaran)* (Yogyakarta: Idea Press, 2021)
- Nur Jannah, 'Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan (Studi Masyarakat Muslim Desa Cenning Kabupaten Luwu Utara)', *Skripsi*, 2023
- Rahmawaty, Anita, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam: Konsep, Teori Dan Analisis* (Yogyakarta: Idea Press, 2021)
- Wahyuni, Meika, 'Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus Pada Pt. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)' (Universitas Islam Negeri Walisongo, 2015)
- Yuliah, Eliah, 'Implementasi Kebijakan Pendidikan', *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30(2) (2020), 129–53