

SKRIPSI

**PERSEPSI HALAL TERHADAP MINAT
MASYARAKAT MENGURUS SERTIFIKASI HALAL
(Studi Kasus Masyarakat Kota Banda Aceh)**



Disusun Oleh:

**NUR HIKMAH PURBA
NIM. 160602059**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2020M / 1442H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Nur Hikmah Purba

NIM : 160602059

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 14 Agustus 2020

Yang Menyatakan,



Nur Hikmah Purba

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Persepsi Halal Terhadap Minat Masyarakat Mengurus Sertifikasi Halal (Studi Kasus Masyarakat Kota Banda Aceh)

Disusun Oleh:

Nur Hikmah Purba
NIM. 160602059

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa
isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian
studi pada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



Dr. Muhammad Yasir Yusuf, S.Ag., MA
NIP.197504052001121003

Pembimbing II



Junia Farma, M. Ag
NIP. 199206142019032039

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP.197103172008012007

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Persepsi Halal Terhadap Minat Masyarakat Mengurus
Sertifikasi Halal
(Studi Kasus Masyarakat Kota Banda Aceh)**

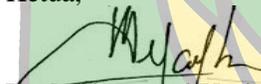
Nur Hikmah Purba
NIM. 160602059

Telah diseminarkan Oleh Program Studi Strata satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan
Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata 1 dalam bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Selasa, 28 Agustus 2020M
9 Muharram 1442H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,


Dr. Muhammad Yasir Yusuf, S.Ag., MA
NIP. 197504052001121003

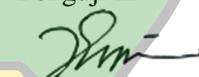
Sekretaris,


Junia Farma, M. Ag
NIP. 199206142019032039

Penguji I


Khairul Amri, SE., M.SiR - RANIRY
NIDN. 0106077507

Penguji II


Jafaluddin ST., MA
NIDN. 2030126502

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dr. Zaki Fuad, M. Ag
NIP. 1964014192031003





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syaikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web : www.library.ar-raniry.ac.id, Email : library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nur Hikmah Purba
NIM : 160602059
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : 160602059@student.ar-raniry.ac.id

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) A-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul : **“Persepsi Halal Terhadap Minat Masyarakat Mengurus Sertifikasi Halal (Studi Kasus masyarakat Kota Banda Aceh)”**.

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 6 September 2020

Mengetahui

Penulis

Nur Hikmah Purba

Pembimbing I

Dr. Muhammad Yasir Yusuf, S.Ag., MA

NIP: 197504052001121003

Pembimbing II

Junia Farma, M.Ag

NIP: 199206142019032039

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur. Harapan selalu ada bagi orang yang percaya, hadapi setiap tantangan dalam hidup dengan niat mencari ridha-Nya, lakukanlah usaha semaksimal mungkin sesuai kemampuan disertai dengan do’a.” (QS. Yusuf: 87).

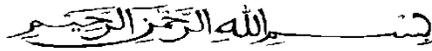
“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya” (An-Najm:39).

“Berusahalah dengan ridha-Nya dan hiraukanlah ucapan orang yang dapat membuatmu jatuh”.
(Nur Hikmah Purba)

PERSEMBAHAN:

1. Alm. Ayah dan ibuku yang selalu memberikan motivasi dalam hidupku dan yang selalu mendukung dan mendoakanku.
2. Saudara-saudaraku yang selalu memberikan semangat
3. Dosen pembimbing beserta dosen jurusan Ekonomi Syariah
4. Teman-teman seperjuangan

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya tiada kekuatan apapun dalam diri ini selain dari kekuasaan-Nya. Shalawat dan salam semoga tercurah atas Nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat beliau. Alhamdulillah atas izin Allah yang maha segala-Nya dan berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Persepsi Halal Terhadap Minat Masyarakat Mengurus Sertifikasi Halal (Studi Kasus Masyarakat Kota Banda Aceh)”** dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini merupakan tugas akhir sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam proses Penyelesaian skripsi ini, Penulis juga menyadari banyak pihak-pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan ketulusan penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku dekan Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Cut Dian Fitri, SE., M.Si., selaku ketua dan sekretaris Program Studi Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Muhammad Arifin, Ph.D, dan Rina Desiana M.E selaku ketua dan Sekretaris Lab Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
4. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, S.Ag., MA selaku pembimbing I dan Junia Farma, M. Ag selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan waktu, pemikiran serta pengarahan baik berupa saran maupun arahan menuju perbaikan.
5. Khairul Amri, SE.,M.Si selaku penguji I dan Jalaluddin ST., MA selaku penguji II yang telah memberikan masukan serta pengarahan terhadap skripsi ini.
6. Hafiizh Maulana, SP., S.HI., ME selaku Penasihat Akademik yang telah memberikan informasi dan pengarahan selama penulis menempuh perkuliahan.
7. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan bantuan dan kemudahan bagi penulis selama mengikuti perkuliahan.
8. Kepada orang tua tercinta, ayahanda Alm. Johamsah Purba, Alm. Rajiman Saragih serta ibunda Kasiani dan Sunaryani Purba yang senantiasa memberikan kasih sayang, cinta, doa serta motivasi yang tiada hentinya agar penulis memperoleh yang terbaik, didikan, serta semua jasa yang tidak ternilai

harganya yang telah diberikan selama ini. Abang dan kakak tersayang Khairul Amri Saragih S.E, Ahmad Fauzi Saragih, Ridwan Fahmi Saragih, Uswatun Hidayani Purba, Hanipah Isnaini Purba, Eva Maya Engela Sihotang S. Pd, Didis Salamah Bangun, serta adik yang selalu mendoakan Ulfa Khairani Saragih, Azhar Al-farisi Purba, Pikri Syaukani Purba, Azkatul Ma'arif Purba, serta seluruh keluarga besar yang telah mendoakan, memberikan semangat dan motivasi dalam menjalankan perkuliahan dan menyelesaikan penulisan ini guna memperoleh gelar sarjana dan ilmu yang diperoleh berkah juga bermanfaat bagi seluruh umat di muka bumi.

9. Sahabat-sahabat terbaikku, Nurazizah Siregar, Nazira Tamimi, Mutia Maulida, Suci Amalia, Purti, Nurhaliza, Hanifa, Asnaini, Isra Mauliza, Asrina, Soumiduana, Novida Jumianita, Nurhamidah, Marzatillah, Saupa Lestari, Siti Nurhaliza, Mardiatul husna, Ahmad Riski, Sadarita maha, Anita, Lestari Simarmata, Ridwan Muthalib Saragih, Muhammad Prawibowo, Imandhani, Arif Cendikiawan, Syahrini Harahap, Warina Sri Putri Barus, Anisa Arum Pratiwi, Hariyati Asriningrum, Siti Rahma, Sakinah, , Novia Sri Umami, Novi Nurul, Hanipah, Yessy, Ayu, Nurmaya dan seluruh sahabat yang selalu memberikan semangat, masukan, waktu dan dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Teman-teman

seperjuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, teman-teman asrama Kompas angkatan V gelombang kedua tahun 2018, serta semua teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu di sini yang selalu menemani dan membantu penulis dalam perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dan mohon maaf kepada semua pihak yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih ada kekurangan, oleh karena itu penulis harapan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak guna penyempurna skripsi ini. Semoga segala bantuan, arahan, nasehat serta dorongan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 14 Agustus 2020

Penulis,

AR - RANIRY

Nur Hikmah Purba

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor:158 Tahun1987 – Nomor: 0543 b/u/ 1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R - RR - RRY	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف: *kaifa*

هول: *hau-la*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
اَ	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ :qāla

رَمَى :ramā

قِيلَ :qīla

يَقُولُ :yaqūlu

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah (ة)hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta marbutah (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

: *rauḍah al-atfāl/ raudatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

: *al-Madīnah al-Munawwarah/*

al-Madīnatul Munawwarah

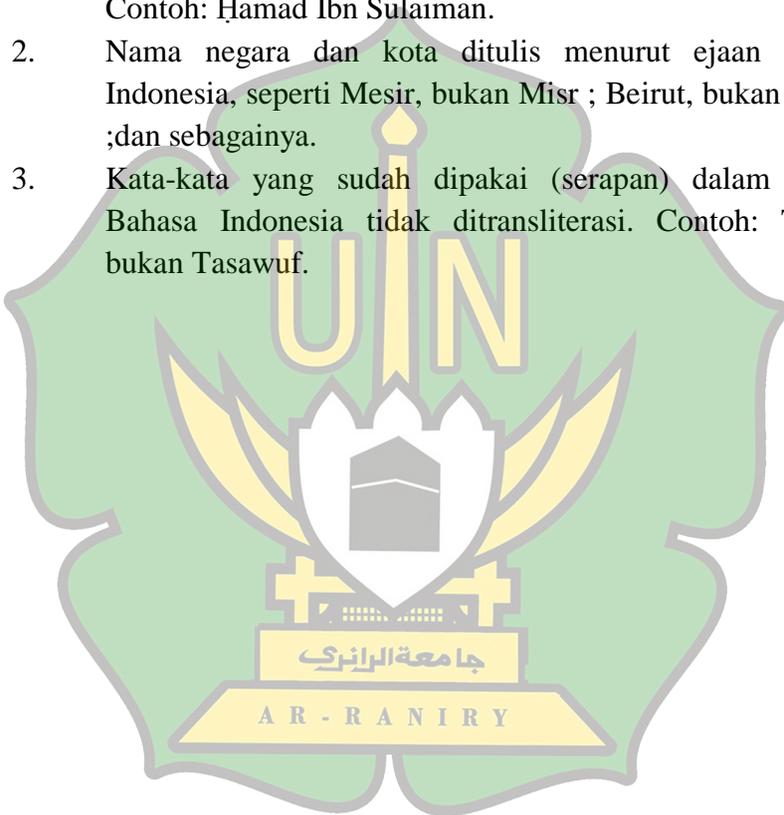
طَلْحَةُ

: *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan.
Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr ; Beirut, bukan Bayrut ;dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Nur Hikmah Purba
NIM : 160602059
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : Persepsi Halal Terhadap Minat Masyarakat Mengurus Sertifikasi Halal (Studi Kasus Masyarakat Kota Banda Aceh).
Pembimbing I : Dr. Muhammad Yasir Yusuf, S.Ag., MA
Pembimbing II : Junia Farma, M. Ag
Kata kunci : Persepsi Halal, Minat Pengurusan, Sertifikat Halal

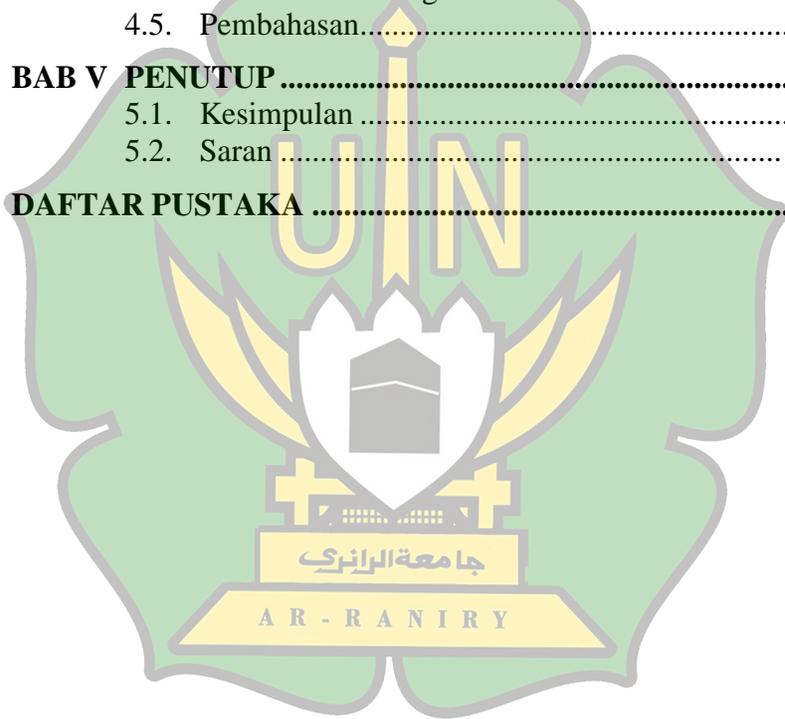
Sertifikasi halal merupakan fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk. Sertifikat halal memiliki tujuan yaitu agar dapat memberikan kepastian status kehalalan suatu produk dalam kentraman batin konsumen yang menikmatinya, maka dari itu sertifikat halal sangat lah berpengaruh kepada konsumen yang menikmati makanan, dan minuman serta produk lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh persepsi masyarakat terhadap minat pengurusan sertifikasi halal pada produk di Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data angket/kuisisioner dan studi pustaka. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa persepsi masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengurusan sertifikasi halal pada produk. Dimana variabel persepsi masyarakat memiliki nilai probabiliti kurang dari 5% yaitu sebesar 0,000 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi masyarakat dengan minat pengurusan sertifikasis halal.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	ix
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	Error! Bookn
ABSTRAK	xvii
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Sistematika Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Konsep Persepsi Masyarakat	12
2.1.1. Definisi Persepsi	12
2.1.2. Definisi Masyarakat	16
2.1.3. Definisi Persepsi Masyarakat	19
2.1.4. Indikator Persepsi Masyarakat	20
2.2. Konsep Minat Pengurusan Sertifikasi Halal	24
2.2.1. Definisi Minat	24

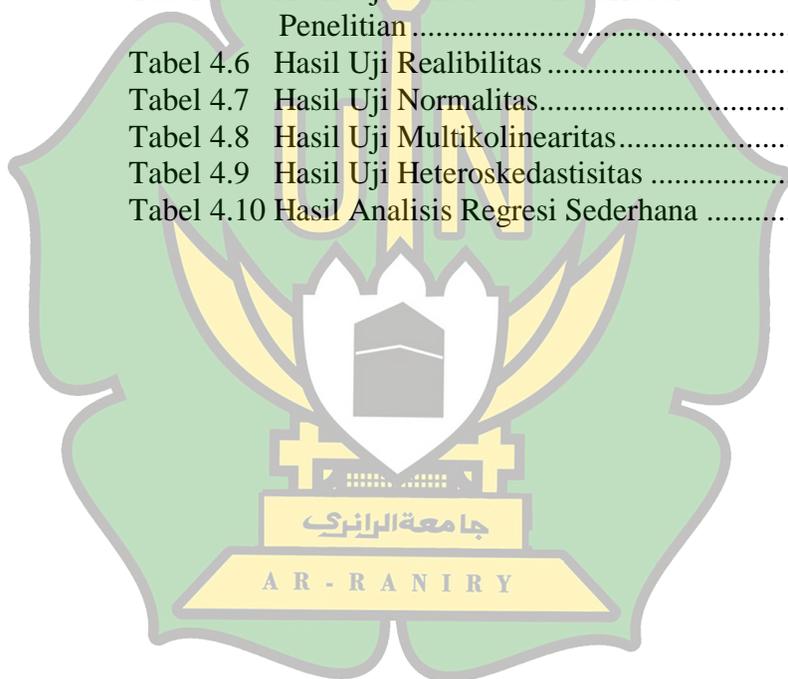
2.2.2.	Definisi Sertifikasi Halal	25
2.2.3.	Prosedur Sertifikasi Halal	27
2.2.4.	Biaya Sertifikasi Halal	28
2.2.5.	Manfaat Sertifikasi Halal	30
2.3.	Konsep Produk	34
2.3.1.	Definisi Produk	34
2.3.2.	Klasifikasi Produk	36
2.3.3.	Klasifikasi Produk Bisnis	38
2.3.4.	Pentingnya Sertifikasi Halal pada Produk	41
2.4.	Penelitian Terdahulu	44
2.5.	Kerangka Penelitian	49
2.6.	Hipotesis	50
BAB III	METODE PENELITIAN	49
3.1.	Jenis Penelitian	49
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian	49
3.3.	Teknik Pengumpulan Sampel	50
3.4.	Jenis Data dan Sumber Data	50
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	52
3.6.	Operasional Variabel	53
3.7.	Instrumen Penelitian	54
3.7.1.	Uji Validitas	54
3.7.2.	Uji Reliabilitas	55
3.8.	Asumsi Klasik	55
3.8.1.	Uji Normalitas	55
3.8.2.	Uji Multikolinearitas	56
3.8.3.	Uji heteroskedastisitas	56
3.9.	Analisis Regresi Sederhana	57
3.10.	Uji Hipotesis	57
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1.	Karakteristik Responden	59
4.1.1.	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.1.2.	Karakteristik Responden berdasarkan Usia Responden	61
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk	62

4.1.4. Karakteristik Responden berdasarkan Pengurusan	64
4.2. Deskriptif Output Statistik	65
4.2.1. Uji Validitas	65
4.2.2. Uji Reliabilitas	68
4.3. Asumsi Klasik	69
4.3.1. Uji Normalitas	69
4.3.2. Uji Multikolinearitas	70
4.3.3. Uji Heteroskedastisitas	71
4.4. Hasil Analisis Regresi Sederhana	72
4.5. Pembahasan	74
BAB V PENUTUP	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Produk yang Bersertifikasi Halal...	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	53
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	59
Tabel 4.2 Usia Responden.....	61
Tabel 4.3 Jenis Produk	63
Tabel 4.4 Pengurusan Sertifikasi Halal	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas dan Variabel Penelitian.....	66
Tabel 4.6 Hasil Uji Realibilitas	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Sederhana	73



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	48
Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin Responden.....	60
Gambar 4.2 Diagram Usia Responden	62
Gambar 4.3 Diagram Jenis Produk.....	63
Gambar 4.4 Diagram Pengurusan	65



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	82
Lampiran 2 Data Jawaban Responden	85
Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden	89
Lampiran 4 Hasil Output Statistik.....	92
Lampiran 5 T Tabel.....	94



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di Era modern perkembangan ekonomi Indonesia sangat cepat. Pertumbuhan ini tidak lepas dari peran pengusaha di dalamnya. Pengusaha memanfaatkan penduduk Indonesia yang banyak dan bervariasi. Disisi lain, populasi umat muslim di Indonesia mencapai 90% dari jumlah penduduk. Hal ini menyebabkan banjirnya produk-produk dari dalam maupun luar negeri. Di satu sisi banyak pilihan masyarakat terhadap makanan, disisi lain, masyarakat harus jeli memperhatikan produk-produk yang digunakan mana yang halal dan mana yang haram. Setiap timbul persoalan, penemuan, maupun aktifitas baru sebagai produk dari kemajuan tersebut dalam pandangan ajaran dan hukum islam.

Setiap agama pada hakikatnya memiliki ketentuan khusus yang mengatur tentang makanan, begitu juga khususnya dengan agama islam.⁸ Satu diantara bagian dari kehidupan di terdapat dalam aturan dan nilai-nilai Islam, yaitu dengan diimplementasikannya Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan produk halal (UU JPH). Meskipun Undang-Undang tersebut sudah diimplementasikan namun belum sepenuhnya memberikan perlindungan secara hukum kepada konsumen muslim dari produk yang halal. Hal tersebut diakibatkan oleh aturan hukum tersebut belum bisa diterapkan secara efektif, sehingga butuh waktu

selama 5 tahun sejak awal pengesahan yaitu pada tahun 2014. Hal ini sesuai ketentuan Pasal 66 UU JPH yang menyebutkan, Undang-Undang yang telah awal berlaku sebelum berlakunya Undang-Undang ini maka akan tetap diberlakukan selama tidak bertentangan dengan UU JPH.

Jaminan penyelenggaraan produk halal bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengkonsumsi dan menggunakan produk halal, serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal. Jaminan Produk Halal (JPH) menjadi penting mengingat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang pangan, obat-obatan, dan kosmetik berkembang pesat. Hal ini berpengaruh secara nyata pada pergeseran pengolahan pemanfaatan bahan baku untuk makanan, minuman, kosmetik, obat-obatan, serta Produk lainnya dari yang semula bersifat sederhana dan alamiah menjadi pengolahan dan pemanfaatan bahan baku hasil rekayasa ilmu pengetahuan. Pengolahan produk dengan pemanfaatan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi memungkinkan percampuran antara yang halal dan yang haram baik yang disengaja maupun tidak disengaja.

Tersedianya bermacam produk makanan, minuman, beserta produk lainnya tentu menawarkan begitu banyak pilihan sekaligus memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkannya. Akan tetapi, di sisi lain tersedianya produk makanan, minuman dan

produk lainnya tersebut menimbulkan tanda tanya tersendiri bagi masyarakat yang terkait kualitas produk yang sudah tersedia di tempat-tempat tertentu, terutama jika ditinjau dari aspek kehalalannya. Indonesia memiliki penduduk yang mayoritasnya beragama Islam, dengan jaminan kehalalan suatu produk makanan, minuman dan produk lainnya sangat bersifat urgen dan merupakan suatu kebutuhan mutlak.

Dalam perspektif Islam, ketentuan halal dan haram adalah hak Allah yang diwujudkan melalui pengamalan syariat-Nya (Al-Qur'an dan Sunnah). Terkait dengan hal ini, Allah berfirman dalam Al-Qur'an sebagai berikut:

يَأَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: *“Wahai manusia, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu”* (QS. Al-Baqarah:168).

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: *“Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya”* (QS. Al-Ma'idah: 88).

Selain dari ayat Al-Qur'an, maka Rasulullah SAW juga menjelaskan dalam sebuah hadits Riwayat Bukhari dan Muslim:

عَنْ أَبِي عَبْدِ اللَّهِ التُّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ : إِنَّ الْحَلَالَ بَيْنَ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيْنَ وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ فَقَدْ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِرْضِهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ، كَالرَّاعِي يَرْعَى حَوْلَ الْحِمَى يُوشِكُ أَنْ يَرْتَعَ فِيهِ، أَلَا وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ حِمَىً أَلَا وَإِنَّ اللَّهَ مَحَارِمُهُ أَلَا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ أَلَا وَهِيَ الْقَلْبُ. رواه البخاري ومسلم

“Dari Abu Abdillah Nu'man bin Basyir r.a,” Saya mendengar Rasulullah SAW bersabda, ‘Sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram itu jelas. Di antara keduanya terdapat perkara-perkara yang syubhat (samar-samar) yang tidak diketahui oleh orang banyak. Maka, barang siapa yang takut terhadap syubhat, berarti dia telah menyelamatkan agama dan kehormatannya. Dan barang siapa yang terjerumus dalam perkara syubhat, maka akan terjerumus dalam perkara yang diharamkan. Sebagaimana penggembala yang menggembalakan hewan gembalaannya di sekitar (ladang) yang dilarang untuk memasukinya, maka lambat laun dia akan memasukinya. Ketahuilah bahwa setiap raja memiliki larangan dan larangan Allah adalah apa yang Dia haramkan. Ketahuilah bahwa dalam diri ini terdapat segumpal daging, jika dia baik maka baiklah seluruh tubuh ini dan jika dia buruk, maka buruklah seluruh tubuh. Ketahuilah bahwa dia adalah hati” (HR. Bukhari dan Muslim).

Jaminan kehalalan suatu produk dapat diwujudkan di antaranya dalam bentuk sertifikasi halal. Dengan sertifikasi halal maka produsen dapat mencantumkan logo halal pada kemasannya sehingga dapat memudahkan konsumen untuk menentukan pilihan terhadap produk yang akan dikonsumsi. Jika kebutuhan sertifikasi halal merupakan kebutuhan absolut bagi konsumen muslim, tentu diperlukan penjaminan kehalalan suatu produk.

Pemerintah sudah melakukan tindakan positif terhadap pentingnya sertifikasi halal yang dituangkan melalui beberapa instrumen hukum. Provinsi Aceh sebagai daerah yang menjalankan syariat Islam, dimana memiliki Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) Aceh yang berperan sangat penting dalam menjamin halalannya setiap produk yang berada di Provinsi Aceh, sebagai suatu lembaga MPU Aceh diatur dalam Qanun khusus yang memuat fungsi dan tugas serta wewenang dalam menjalankan perannya. Seperti yang tertuang dalam Qanun Aceh No.2 Tahun 2009 tentang Majelis Permusyawaratan Ulama dan Majelis Permusyawaratan Ulama Kabupaten /Kota. Dalam Qanun tersebut dinyatakan bahwa salah satu fungsi MPU adalah memberikan pertimbangan terhadap kebijakan daerah, meliputi bidang pemerintahan, pembangunan, ekonomi, sosial, budaya dan kemasyarakatan. Salah satu yang ditetapkan yang dilakukan MPU melalui badan LPPOM-nya adalah melabelisasi dan mengawasi kehalalan terhadap produk - produk yang beredar di masyarakat.

Keberadaan LPPOM MPU Aceh yaitu sebagai badan yang bersifat mandiri yang diberikan tugas khusus, dalam hal keselamatan produk makanan bagi umat Islam dari ancaman zat-zat berbahaya. Secara susunan kelembagaan, kedudukan lembaga ini telah dibentuk pada tingkat pusat yaitu LPPOM MUI (Majelis Ulama Indonesia) ataupun pada tingkat daerah, yang mana di Provinsi Aceh disebut LPPOM MPU Aceh. Adanya kendala yang dialami dalam hal mewujudkan proses sertifikasi halal secara menyeluruh, yaitu dibutuhkan adanya para ahli dan bantuan laboratorium yang berguna untuk melakukan proses hukum.

Melalui LPPOM MPU Aceh, MPU Aceh memiliki tugas khusus yaitu melabelisasi dan mengawasi kehalalan produk yang dijual kepada masyarakat oleh pelaku usaha. Tupoksi LPPOM MPU Aceh melakukan pengkajian dan pemeriksaan dari tinjauan *sains* terhadap produk yang akan disertifikasi¹² sangat didukung, dimana Pemerintah Aceh telah membuat aturan yaitu Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2016 tentang Sistem Jaminan Produk Halal yang menyatakan tugas dari LPPOM MPU Aceh.

Banyaknya pangan yang tersebar di masyarakat tanpa mengindahkan ketentuan tentang pencantuman label halal dinilai sudah meresahkan. Dalam praktiknya, kehadiran lembaga LPPOM MPU Aceh belum memberikan kepastian akan kenyamanan dalam hal mengkonsumsi produk makanan untuk masyarakat Aceh, khususnya di Kota Banda Aceh di bidang pengawasan terhadap proses pembuatan produk makanan. Hal tersebut disebabkan oleh

beredarnya produk impor yang diperjualbelikan di Provinsi Aceh serta mengandung unsur haram berupa DNA babi, produk tersebut bernama mie *samyang*. Penelitian yang dilakukan oleh petugas pada kemasan mie *samyang* tersebut sama sekali tidak terdapat label halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Kecuali hanya terdapat tulisan berupa izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Republik Indonesia.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Musaddaq (2017), menyatakan bahwa LPPOM MPU Aceh telah melakukan berbagai macam bentuk sosialisasi dalam mendorong pelaku usaha untuk memiliki sertifikasi halal, sebagaimana yang telah dijelaskan oleh sekretaris LPPOM telah melakukan penyuluhan tentang sertifikasi halal ke beberapa daerah di Provinsi Aceh. Akan tetapi, langkah-langkah yang telah dilakukan belum menunjukkan hasil yang belum maksimal atau bisa disebut belum menyebar keseluruh daerah-daerah yang ada di Aceh.

Bahkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Kota Banda Aceh yang merupakan pusat Kota dan sudah pasti tidak jauh dari kantor MPU Aceh, masih saja belum seluruhnya teratasi tentang produk halalnya. Hal ini disebabkan sebagian besar pelaku usaha tidak mengerti tentang maksud dan manfaat sertifikasi halal bagi usahanya, hambatan-hambatan yang dihadapi oleh MPU Aceh dalam mendorong pelaku usaha agar memiliki sertifikasi halal pada produknya diantaranya pola pikir dan sikap pelaku pasar di Aceh baik itu produsen maupun konsumen yang

sangat apatis dan apriori terhadap labelisasi halal pada produk apapun yang mereka konsumsi. Dibawah ini dapat dijelaskan jumlah produk yang bersertifikasi halal di Kota Banda Aceh.

Tabel 1.1 Jumlah Produk yang Bersertifikasi Halal

No	Tahun	Jumlah Produk Yang Bersertifikasi Halal
1	2015	50 Produk
2	2016	60 Produk
3	2017	143 Produk
4	2018	172 Produk
5	2019	184 Produk

Sumber: MPU Aceh

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa pada setiap tahunnya jumlah produk yang bersertifikasi halal mengalami peningkatan namun jumlah tersebut masih dipandang sedikit, mengingat banyaknya produk yang beredar khususnya di Kota Banda Aceh.

Fenomena dan fakta ini memicu daya tarik dan minat penulis untuk meneliti seluk-beluk yang melatarbelakangi begitu banyaknya produk yang belum terjamin kehalalannya. Dimana di Kota Banda Aceh masih banyak produk yang tidak bersertifikasi halal. Untuk itu akan dilakukan penelitian bagaimana persepsi masyarakat terhadap minat pengurusan dari sertifikasi halal. Adapun judul yang ingin diteliti adalah **“Persepsi Halal Terhadap Minat Masyarakat Mengurus Sertifikasi Halal (Studi kasus Masyarakat Kota Banda Aceh)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap sertifikasi halal?
2. Bagaimana minat masyarakat mengurus sertifikasi halal?
3. Apakah persepsi masyarakat berpengaruh terhadap minat mengurus sertifikasi halal?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisa:

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap sertifikasi halal.
2. Untuk mengetahui bagaimana minat masyarakat mengurus sertifikasi halal.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah persepsi masyarakat A berpengaruh R terhadap minat mengurus sertifikasi halal.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi pembaca, diharapkan skripsi ini dapat menambah wawasan baru.

2. Bagi penulis, diharapkan sebagai pembelajaran dalam membuat skripsi, dan
3. Mendapatkan wawasan baru tentang penelitian yang dibuat oleh penulis itu sendiri.

1.5 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab Tinjauan Pustaka ini berisikan teori yang berupa pengertian dan defenisi tentang sertifikasi halal, dan sistem pengurusan sertifikasi halal, keputusan konsumen yang diambil dari kutipan buku, jurnal yang berkaitan dengan penyusunan skripsi serta beberapa literature *reviewe* yang berhubungan dengan penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah langkah sistematis yang ditempuh untuk mencapai tujuan dari topik pembahasan. Metodologi penelitian ini berisi tentang ruang lingkup penelitian, lokasi dan waktu penelitian, metode penentuan sampel, metode pengambilan data, metode analisis data, dan operasional variabel.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini hasil penelitian dan pembahasan ini membahas tentang gambaran umum lokasi penelitian, karakteristik responden,

deskripsi variabel, hasil penelitian, hasil uji hipotesis serta hasil pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup yang menguraikan kesimpulan dan saran yang merupakan penyajian singkat dari keseluruhan hasil penelitian yang diperoleh.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Persepsi Masyarakat

2.1.1. Definisi Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi merupakan suatu penilaian, sebagai persiapan untuk perilaku konkrit dan nilai-nilai itu dengan melalui emosi, motivasi dan ekspektasi akan mempengaruhi persepsi, dan nilai-nilai yang berbeda juga mempengaruhi persepsi perilaku tersebut. Dalam memandang sesuatu hal, baik itu benda, perbuatan atau sesuatu yang lain, kita selalu mempunyai pendapat atau pandangan tersendiri yang mungkin berbeda dengan pendapat orang lain. Persepsi timbul karena adanya dua faktor yaitu internal dan eksternal. Faktor internal antaranya tergantung pada proses pemahaman sesuatu termasuk di dalamnya sistem nilai, tujuan, kepercayaan dan tanggapannya terhadap hasil yang dicapai.

Menurut Jalaludin Rackhmat (2011: 50) persepsi merupakan pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi dalam psikologi diartikan sebagai salah satu perangkat psikologis yang menandai kemampuan seseorang untuk mengenal dan memaknakan suatu objek yang ada dilingkungannya.

Sedangkan menurut Bimo (2002: 87) persepsi merupakan suatu proses yang didahului penginderaan yaitu proses stimulus oleh individu melalui proses sensoris. Namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Pendapat lain dari Leavitt Harold J (1978: 3) persepsi dapat dilihat dalam arti sempit yaitu penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu. Proses persepsi tidak dapat terlepas dari proses penginderaan dan proses tersebut merupakan proses pendahulu dari proses persepsi.

Manusia tidak lepas dari kegiatan berpersepsi, hampir setiap hari manusia berpersepsi seperti persepsi ketika berkomunikasi dengan masyarakat, menguus perizinan, bertemu dengan petugas instansi dan sebagainya. Dedi Mulyana (2005: 171) menyebutkan secara garis besar persepsi manusia dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

- a. Persepsi terhadap obyek (lingkungan fisik); sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap orang menaggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya). Orang akan mempersepsi anda pada saat anda mempersepsi mereka. Dengan kata lain, persepsi terhadap manusia bersifat interaktif.

- b. Persepsi terhadap manusia melalui lambing-lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambing-lambang verbal dan nonverbal. Orang lebih aktif daripada kebanyakan obyek dan leih sulit diramalkan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya persepsi, sebagai berikut (Jalaludin Rakhmat, 2011: 54), yaitu:

1. Faktor-faktor fungsional

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang disebut sebagai faktor-faktor personal. Krech dan Crutchfield (Jalaludin Rakhmat, 2011: 55) merumuskan dalil persepsi bersifat selektif secara fungsional. Dalil ini berarti bahwa obyek-obyek yang mendapat tekanan dalam persepsi biasanya obyek-obyek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi.

2. Faktor-faktor structural

Faktor-faktor struktural yang menentukan persepsi berasal dari luar individu, seperti lingkungan, budaya, hukum yang berlaku, nilai-nilai dalam masyarakat sangat berpengaruh terhadap seseorang dalam mempersepsikan sesuatu. Sedangkan menurut Sunyoto dan Burhanudin (2011: 23) mengungkapkan bahwa adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi antara lain:

- a. Faktor dalam diri pembentuk: sikap, kepribadian, motivasi, minat, pengalaman masalah dan harapan-harapan individu.
- b. Faktor situasi: waktu, keadaan kerja dan keadaan sosial.
- c. Faktor dalam diri objek atau target: suatu yang baru, gerakan, suara, ukuran, latar belakang, kedekatan dan kemiripan.

Selain dari faktor-faktor tersebut, maka ada beberapa prinsip dasar tentang persepsi yaitu, sebagai berikut:

1. Persepsi itu relatif bukannya absolut. Seseorang tidak dapat menyimpulkan secara persis terhadap suatu peristiwa yang dilihatnya, tetapi secara relatif seseorang dapat menerka terhadap suatu peristiwa berdasarkan kenyataan dari sebelumnya.
2. Persepsi itu relatif. Rangsangan yang diterima akan tergantung pada apa yang pernah dipelajari dan apa yang pernah menarik perhatiannya. Ini berarti bahwa ada keterbatasan dalam kemampuan seseorang dalam menerima rangsangan.
3. Persepsi itu mempunyai tatanan. Orang menerima rangsangan tidak dengan cara sembarangan. Ia akan menerimanya dalam bentuk hubungan-hubungan atau kelompok. Jika rangsangan tidak datang lengkap maka ia akan melengkapinya sendiri sehingga hubungan itu menjadi jelas.

4. Persepsi dipengaruhi oleh harapan dan kesiapan. Harapan dan kesiapan penerima pesan akan menentukan pesan mana yang akan dipilih untuk diterima. Selanjutnya bagaimana pesan yang dipilih akan ditata dan demikian pula bagaimana pesan diinterpretasikan.
5. Persepsi seseorang dapat jauh berbeda dengan persepsi orang lain sekalipun situasinya sama. Bahwa perbedaan persepsi dapat ditelusuri pada adanya perbedaan individual, sikap, dan motivasi.

2.1.2. Definisi Masyarakat

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, masyarakat merupakan sekelompok manusia yang bertempat tinggal dalam suatu wilayah tertentu dengan batas-batas yang jelas dan menjadi faktor utamanya ialah adanya hubungan yang kuat di antara anggota kelompok dibandingkan hubungan dengan orang-orang diluar kelompoknya. Masyarakat merupakan sebuah sistem sosial di mana bagian-bagian yang ada di dalamnya saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya dan menjadikan bagian-bagian tersebut menjadi suatu kesatuan yang terpadu. Manusia akan bertemu dengan manusia lainnya dalam sebuah masyarakat dengan peran yang berbeda-beda.

Sedangkan menurut Hasan Sadhily, masyarakat adalah golongan besar atau kecil terdiri dari beberapa manusia, yang dengan atau karena sendirinya bertalian secara golongan dan

pengaruh-mempengaruhi satu sama lain. Pengaruh dan pertalian kebatinan yang terjadi dengan sendirinya menjadi unsur yang ada bagi masyarakat. Masyarakat bukanya ada dengan hanya menjumlahkan adanya orang-orang saja, diantara mereka harus ada pertalian satu sama lain. Masyarakat merupakan satu kesatuan yang selalu berubah karena proses masyarakat yang menyebabkan perubahan itu. Dalam zaman biasa masyarakat mengenal kehidupan yang teratur dan aman, disebabkan oleh karena pengorbanan sebagian kemerdekaan dari anggota-anggotanya, baik dengan paksa maupun sukarela. masyarakat merupakan sekelompok manusia yang hidup secara bersama-sama dan saling berhubungan. Artinya bahwa setiap individu manusia yang satu sadar akan adanya individu yang lain dan memperhatikan kehadiran individu tersebut. Selain dari itu, para pakar sosiologi seperti Mac Iver, J.L Gillin juga memberikan pengertian bahwa masyarakat adalah kumpulan individu-individu yang saling bergaul berinteraksi karena mempunyai nilai-nilai, norma-norma, cara-cara dan prosedur yang merupakan kebutuhan bersama berupa suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinyu dan terikat oleh suatu identitas bersama (Soelaiman, dalam Musadun, 2000:86).

Menurut M.M Djojodiguno dalam Abu Ahmadi (2009: 96-97) mengungkapkan bahwa masyarakat adalah “suatu kebulatan daripada segala perkembangan dalam hidup bersama antara manusia dengan manusia”. Kemudian Hasan Sadily dalam Abu Ahmadi (2009:97) berpendapat bahwa “masyarakat adalah suatu

keadaan badan atau kumpulan manusia yang hidup bersama”. Berdasarkan beberapa pendapat diatas disimpulkan pengertian masyarakat adalah suatu kumpulan manusia yang hidup bersama dalam suatu wilayah, saling berinteraksi satu sama lain, adanya hubungan sosial, dan memiliki kepentingan yang sama.

Sedangkan menurut Wahid Iqbal Mubarak (2009: 30) bahwa masyarakat mempunyai ciri pokok yaitu:

1. Saling bergantung dan menempati wilayah dengan batas tertentu.
2. Adanya kesinambungan dalam waktu.
3. Merupakan kesatuan hidup bersama yang saling berinteraksi diantara sesama anggota dan berkesinambungan.
4. Memiliki kebiasaan-kebiasaan, adat-istiadat, norma-norma, hukum, serta aturan-aturan yang mengatur semua pola tingkah laku warga yang dipatuhi oleh seluruh anggota kelompok.
5. Memiliki identitas atau ciri-ciri kepribadian yang sama, kuat dan mengikat seluruh warganya, seperti berupa bahasa, pakaian, simbol-simbol tertentu (perumahan, benda-benda tertentu).
6. Merupakan suatu sistem hidup bersama. Sistem hidup bersama menimbulkan kebudayaan karena mereka merasa dirinya terkait satu dengan yang lainnya.

2.1.3. Definisi Persepsi Masyarakat

Persepsi masyarakat adalah sebuah proses dimana sekelompok individu yang hidup dan tinggal bersama dalam wilayah tertentu, memberikan tanggapan terhadap hal-hal yang dianggap menarik dari lingkungan tempat tinggal mereka. Pengertian lain tentang persepsi masyarakat adalah suatu proses dimana sekelompok manusia yang hidup dan tinggal bersama dalam wilayah tertentu dan memberikan pemahaman atau tanggapan terhadap hal-hal atau peristiwa yang terjadi dilingkungannya. Selain dari itu pengertian persepsi masyarakat juga diartikan sebagai tanggapan atau pengetahuan lingkungan dari kumpulan individu-individu yang saling bergaul berinteraksi karena mempunyai nilai-nilai, norma-norma, cara-cara dan prosedur merupakan kebutuhan bersama berupa suatu sistem adat-istiadat yang bersifat kontinue dan terikat oleh suatu identitas bersama yang diperoleh melalui interpretasi data indera.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat menurut Robbins (2001:23) mengemukakan bahwasanya ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat, yaitu:

1. Pelaku Persepsi, bila seseorang memandang suatu objek dan menafsirkan apa yang dilihatnya dan penafsiran itu sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi dari pelaku persepsi.
2. Target atau objek, karakteristik karakteristik dan target yang diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan. Target tidak dipandang dalam keadaan terisolasi. Hubungan

suatu target dengan latar belakangnya mempengaruhi persepsi seperti kecenderungan kita untuk mengelompokkan benda-bendayang bersekatan atau mirip.

3. Situasi, dalam hal ini penting untuk melihat konteks objek atau peristiwa, sebab unsur-unsur lingkungan mempengaruhi persepsi kita.

2.1.4. Indikator Persepsi Masyarakat

Menurut Singarimbun, (1995:46) mengemukakan bahwa indikator persepsi masyarakat dapat ditentukan berdasarkan dua dimensi, yaitu:

1. Perhatian adalah pemusatan psikis salah satu aspek psikologis yang tertuju pada suatu objek yang datang dari dalam dan luar individu.
2. Pemahaman adalah suatu kemampuan seseorang dalam megartikan, menafsirkan, menerjemahkan atau menyatakan sesuatu dengan cara sendiri tentang pengetahuan yang pernah diterimanya.

Adapun indikator dari persepsi masyarakat yaitu sebagai berikut:

1. Pemahaman

Pemahaman adalah sesuatu yang kita pahami dan kita mengerti dengan benar. Suharsimi menyatakan bahwa pemahaman adalah bagaimana seseorang mempertahankan, membedakan, menduga, menerangkan, memperluas,

menyimpulkan, menggeneralisasikan, memberikan contoh, menuliskan kembali dan memperkirakan.

2. Tanggapan/kesan

Tanggapan adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Tanggapan sangat erat hubungannya dengan mengganggu kehidupan masyarakat. Tanggapan juga bisa diartikan sebagai gambaran tentang sesuatu yang ditinggal dalam ingatan setelah melakukan pengamatan atau setelah berfantasi. Tanggapan disebut pula kesan, bekas atau kenangan. Tanggapan kebanyakan berada dalam ruang bawah sadar atau pra sadar dan tanggapan itu disadari kembali setelah dalam ruang kesadaran karena sesuatu sebab. Tanggapan yang berada pada ruang bawah sadar disebut *talent* (tersembunyi) sedang yang berada dalam ruang kesadaran disebut *actuel* (sungguh-sungguh).

3. Harapan

Harapan adalah emosi yang diarahkan oleh kognisi dan dipengaruhi oleh kondisi lingkungan. Tujuan yang ingin dicapai sangat mempengaruhi harapan. Tujuan ini dapat berupa sesuatu yang positif yang diharapkan untuk terjadi atau sesuatu yang negatif yang ingin dihentikan agar tidak terjadi lagi.

4. Pendapat

Dalam bahasa harian pendapat disebut sebagai dugaan, perkiraan, sangkaan, anggapan, pendapat subjektif.

5. Penilaian

Bila mempersiapkan sesuatu maka kita memilih pandangan tertentu tentang hal yang dipersepsikan. Sebagaimana yang dikutip oleh Renato Tagulisi dalam bukunya Alo Liliwery dalam bukunya yang berjudul *Persepsi Teoritis, Komunikasi Antar Pribadi*, menyatakan bahwa persepsi seseorang mengacu pada proses yang membuatnya menjadi tahu dan berfikir, menilai sifat-sifat kualitas dan keadaan internal seseorang.

Sedangkan menurut Robbins menetapkan indikator-indikator persepsi masyarakat menjadi dua macam, yaitu:

- a. Proses penerimaan merupakan indikator terjadinya persepsi dalam tahap fisiologis, yaitu berfungsinya indera untuk menangkap rangsang dari luar.
- b. Evaluasi yaitu rangsang-rangsangan dari luar yang telah ditangkap indera, kemudian dievaluasi oleh individu. Evaluasi ini sangat subjektif. Individu yang satu menilai suatu rangsang sebagai sesuatu yang sulit dan membosankan. Tetapi individu yang lain menilai rangsang yang sama tersebut sebagai sesuatu yang bagus dan menyenangkan.

Bimo Walgito berpendapat bahwa indikator persepsi masyarakat antara lain yaitu:

1. Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu. Rangsang atau objek tersebut diserap atau diterima oleh panca indera, baik penglihatan, pendengaran, peraba, pencium, dan pengecap secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Dari hasil penyerapan atau penerimaan oleh alat-alat indera tersebut akan mendapatkan gambaran, tanggapan, atau kesan di dalam otak. Gambaran tersebut dapat tunggal maupun jamak, tergantung objek persepsi yang diamati. Di dalam otak terkumpul gambar-gambaran atau kesan-kesan, baik yang lama maupun yang baru saja terbentuk. Jelas tidaknya gambaran tersebut tergantung dari jelas tidaknya rangsang, normalitas alat indera dan waktu, baru saja atau sudah lama.
2. Pemahaman, setelah terjadi gambaran-gambaran atau kesan-kesan di dalam otak, maka gambaran tersebut diorganisir, digolonggolongkan (diklasifikasi), dibandingkan, diinterpretasi, sehingga terbentuk pengertian atau pemahaman. Proses terjadinya pemahaman tersebut sangat unik dan cepat.
3. Penilaian atau evaluasi, setelah terbentuk pengertian atau pemahaman, terjadilah penilaian dari individu. Individu membandingkan pengertian atau pemahaman yang baru diperoleh tersebut dengan kriteria atau norma yang dimiliki individu secara subjektif. Penilaian individu berbeda-beda

meskipun objeknya sama, oleh karena itu persepsi bersifat individual.

2.2. Konsep Minat Pengurusan Sertifikasi Halal

2.2.1. Definisi Minat

Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang, diperhatikan terus menerus yang disertai dengan rasa senang. Minat ini selalu diikuti dengan perasaan senang dan dari situ diperoleh kepuasan (Slameto, 2010:57). Minat adalah aspek kepribadian yang berkaitan dengan hasil belajar, hal ini dikarenakan minat merupakan suatu kecenderungan untuk memperhatikan dan mengenal sesuatu. Dimana dengan adanya suatu minat, kegiatan yang dimiliki seseorang akan diperhatikan secara terus menerus yang disertai dengan rasa ingin tahu (Ari, Nyoman, dan Wayan, 2014: 5). Minat merupakan motor penggerak untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Tanpa minat, maka tujuan tidak akan tercapai. Artinya, semakin besar minat seseorang untuk belajar, maka orang tersebut akan cenderung memberikan perhatian lebih terhadap objek yang dipelajari sampai tujuan yang diinginkan tercapai.

Minat merupakan motor penggerak untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Tanpa minat, maka tujuan tidak akan tercapai. Artinya, semakin besar minat seseorang untuk belajar, maka orang tersebut akan cenderung memberikan perhatian lebih terhadap

objek yang dipelajari sampai tujuan yang diinginkan tercapai. Sedangkan menurut Sujanto (2004:92) minat sebagai suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja terlahir dengan penuh kemauannya dan tergantung dari bakat serta lingkungannya. Menurut Putra (2011:21), minat yang kuat akan menimbulkan usaha yang gigih serius dan tidak mudah putus asa dalam menghadapi tantangan. Jika seseorang siswa memiliki rasa ingin belajar, ia akan cepat dapat mengerti dan mengingatnya. Fungsi minat bagi kehidupan anak, salah satunya yaitu minat sebagai pendorong tenaga yang kuat serta prestasi selalu dipengaruhi oleh jenis dan intensitas minatnya. Dari beberapa pengertian tentang minat diatas maka dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu rasa suka atau rasa ketertarikan pada sesuatu atau individu tanpa ada faktor lain atau tanpa ada yang menyuruh.

Adapun indikator yang menunjuk kan bahwa seseorang memiliki minat, yaitu menunjukkan perasaan senang, memberikan perhatian, mempunyai kesadaran tinggi, serta mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi (Kartini dan Tien, 2007: 2).

2.2.2. Definisi Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk. Sertifikasi halal selain sebagai perlindungan konsumen dari berbagai macam makanan yang dianggap tidak layak sesuai syari'at Islam khususnya di Kota Banda Aceh yang mayoritasnya beraga Islam,

juga mendorong kompetisi dan menjadi keunggulan. Sertifikat halal mempunyai tujuan yaitu agar dapat memberikan kepastian status kehalalan suatu produk dalam ketentraman batin konsumen yang menikmatinya, maka dari itu sertifikat halal sangat lah berpengaruh kepada konsumen yang menikmati makanan, dan minuman serta produk lainnya.

Berdasarkan Undang - undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal bahwa sertifikasi halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan SJH memenuhi standar LPPOM MUI. Sertifikat Halal adalah fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk yang merupakan keputusan siding Komisi Fatwa MUI berdasarkan proses audit yang dilakukan oleh LPPOM MUI. Sertifikasi halal MUI adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat halal MUI ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.

Adapun system pengawasan adalah sebagai berikut: Pertama, Perusahaan wajib menandatangani perjanjian untuk menerima Tim Sidak LPPOM MUI. Kedua, Perusahaan berkewajiban menyerahkan laporan audit internal setiap 6 (enam) bulan setelah terbitnya Sertifikat halal. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal pada kemasan

produk, dengan tujuan memberikan kepastian kehalalan suatu produk pangan, obat-obatan dan kosmetika, sehingga dapat menenteramkan batin yang mengkonsumsinya.

2.2.3. Prosedur Sertifikasi Halal

Pertama-tama produsen yang menginginkan sertifikat halal mendaftarkan ke sekretariat LPPOM MUI dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Bagi Industri Pengolahan:

- a. Produsen harus mendaftarkan seluruh produk yang diproduksi di lokasi yang sama dan /atau yang memiliki merek/ brand yang sama.
- b. Produsen harus mendaftarkan seluruh lokasi produksi termasuk maklon dan pabrik pengemasan.
- c. Ketentuan untuk tempat maklon harus dilakukan di perusahaan yang sudah mempunyai produk bersertifikat halal atau yang bersedia disertifikasi halal.

2. Bagi Restoran dan Katering

- a. Restoran atau katering harus mendaftarkan seluruh menu yang dijual termasuk produk-produk titipan, kue ulang tahun serta menu musiman.
- b. Restoran dan katering harus mendaftarkan seluruh gerai, dapur serta gudang.

3. Bagi Rumah Potong Hewan:

- a. Produsen harus mendaftarkan seluruh tempat pembelian yang berada dalam suatu perusahaan yang sama.
- b. Membuat laporan berkala setiap 6 bulan tentang pelaksanaan Sistem Jaminan Halal.

2.2.4. Biaya Sertifikasi Halal

Biaya merupakan sebuah elemen yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas perusahaan. Biaya didefinisikan sebagai suatu sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu (Horngren, dkk, 2008). Menurut Bustami dan Nurlela (2006), biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Sementara menurut Kuswadi (2005), biaya adalah semua pengeluaran untuk mendapatkan barang atau jasa dari pihak ketiga, baik yang berkaitan dengan usaha pokok perusahaan maupun tidak. Biaya diukur dalam unit moneter dan digunakan untuk menghitung harga pokok produk yang diproduksi perusahaan. Untuk pemeriksaan produk makanan yang menggunakan bahan dasar hewan potong, pemeriksaannya langsung dilakukan ketempat usaha pelaku usaha.

Sedangkan untuk produk makanan yang menggunakan bahan tambahan seperti alcohol makanan dilakukan pemeriksaan di laboratorium instansi yang terkait dengan membebaskan biaya

kepada pihak produsen atau pelaku usaha. Sampai saat ini LPPOM MPU Aceh, tidak memiliki anggaran untuk pengeluaran biaya pengurusan tersebut. Standar biasanya yaitu Rp.1.000.000 sampai dengan Rp.5.000.000 untuk perusahaan menengah ke atas, dan untuk perusahaan menengah ke bawah Rp.1.000.000 sampai dengan Rp.2.500.000. Pemeriksaan ini tergantung pada lokasi atau tempat proses produksi dan banyaknya jenis bahanyang digunakan dalam proses produksi.

Besar kecilnya biaya yang harus dibayarkan oleh perusahaan, ditentukan berdasarkan katagori perusahaan mikro, kecil, mengah atau besar. Di samping itu, dipertimbangkan juga jenis produk, jumlah produk, fasilitas, dan pertimbangan lain yang diperlukan. Setelah ditentukan biaya oleh LPPOM MUI, selanjutnya dilakukan pemberitahuan jumlah biaya yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Perusahaan yang melakukan pendaftaran secara offline, pemberitahuan biaya sertifikasi halal disampaikan melalui Fax atau Email atau WA atau SMS, tergantung ketersediaan sarana komunikasi di perusahaan yang mendaftar. Sedangkan bagi perusahaan yang melakukan pendaftaran secara online, maka pemberitahuan biaya sertifikasi halal dilakukan dengan mengunduh akad di sistem Cerol.

Pembayaran biaya sertifikasi halal ini dapat dilakukan dengan 2 (dua) cara yaitu secara tunai atau transfer ke Bank atas nama LPPOM MUI. Setelah melakukan pembayaran maka perusahaan menginformasikan ke LPPOM MUI dengan

melampirkan bukti pembayaran. Jika pendaftaran dilakukan offline maka bukti pembayaran dapat dikirim melalui email atau fax atau WA, dan jika pendaftaran dilakukan melalui online maka bukti pembayaran harus di upload di sistem Cerol.

Sedangkan menurut UU RI No. 33 Tahun 2014 Pasal 44 tentang pembiayaan sertifikasi halal yaitu:

1. Biaya sertifikasi halal dibebankan kepada pelaku usaha yang mengajukan permohonan sertifikasi halal.
2. Dalam hal pelaku usaha merupakan usaha mikro dan kecil, biaya sertifikasi halal dapat difasilitasi oleh pihak lain.
3. Ketentuan lebih lanjut mengenai biaya sertifikasi halal diatur dalam peraturan pemerintah.

2.2.5. Manfaat Sertifikasi Halal

Pengertian manfaat menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah guna atau faedah, laba atau untung. Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa manfaat- manfaat yang diperoleh itu tentunya akan menyebabkan perubahan terhadap suatu fungsi tertentu dalam suatu pranata. Adapun manfaat sertifikasi halal menurut Chairman Indonesia Halal Center Lutfiel Hakim ada delapan manfaat yang bias didapatkan jika produsen memberikan jaminan halal pada produknya.

1. Meraih Keberkahan

Perintah mengonsumsi produk halal terdapat dalam kitab suci dan merupakan perintah langsung dari Allah SWT

yang ditujukan untuk kebaikan manusia sendiri. Perintah untuk memakan makanan halal bahkan diperintahkan kepada seluruh manusia, bukan hanya umat Islam. Memproduksi makanan yang halal artinya bisa mengarahkan usaha menuju usaha yang berkah atau bertambah kebaikan. Dalam konteks ini, bisa dikatakan produk halal dapat memberikan keuntungan spiritual kepada konsumennya.

2. Melindungi Konsumen

Di Indonesia, kebanyakan konsumen beragama Islam. Kebutuhan yang penting bagi umat Islam adalah mengonsumsi produk halal. Dibutuhkan itikad baik dari produsen untuk menyediakan produk yang sesuai dengan standar konsumsi konsumen muslim yaitu kehalalan. Tidak ada yang lebih berharga bagi seorang penjual kecuali mampu memberikan perlindungan terhadap pelanggannya, dengan itu loyalitas pelanggan juga bias terbangun.

3. Memperoleh citra yang positif

Saat ini produk halal berkembang bersamaan dengan teknologi terutama teknologi pangan. Halal tidak hanya dianggap sebatas standar agama tertentu tetapi bias menjadi standar keamanan konsumsi produk sebagaimana standar Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP). Alasannya, setelah halal ada istilah thoyyib yang berarti baik untuk dimakan. Menerapkan standar halal dan thoyyib

membuat produk memiliki standar kualitas yang jelas, sertamemberikan nilai fungsiyanglebih kepadapelanggan.

4. Produk otomatis memiliki sistem

Kebanyakan orang tidak mengetahui bahwa produk halal tidak hanya selembaar sertifikat. Untuk mendapatkan sertifikat, Lembaga Pengkajian Pangan obat-obatan dan kosmetika MUI memiliki sebuah system produksi dan distribusi produk yang dinamakan Sistem Jaminan Halal atau SJH. Produk halal yang menerapkan system ini secara serius, otomatis memiliki manual proses produksi dan distribusi yang tertata rapi. Lebih dari itu, secara periodik dievaluasi oleh LPPOM MUI.

5. Lebih siap menghadapi MEA

Produk local yang lebih mudah mendapatkan sertifikat halal akan memiliki keunggulan, dan akan menjadi daya saing untuk menghadapi persaingan saat Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) diberlakukan. Dengan khusus, logo halal yang adadi Indonesia memiliki perbedaan dengan logo halal di negara mana pun, dengan kekhasannya bisa menjadi nilai emosional sendiri sehingga produk local tetap menjadi pilihan utama bangsa sendiri. Jaminan halal juga diharapkan menjadi benteng yang dapat membendung produk-produk asing yang masuk ke Indonesia, karena produk luar jika tidak mendapatkan label halal tidak akan bisa dipasarkan di Indonesia. Menurut Undang-undang

MUI No. 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal pada 2019 seluruh produk konsumsi berupa makanan, minuman, kosmetik, farmasi, biologi, kimia, hingga produk modifikasi genetik yang beredar di Indonesia harus memiliki sertifikasi halal. Bahkan pemerintah juga mewajibkan produk- produk yang tidak halal untuk menyatakan ketidak halalan secara jelas pada kemasannya.

6. Merebut hati pelanggan kelas menengah Indonesia

Konsumen yang memiliki kelas ekonomi menengah cenderung lebih cerdas dalam memilih produk, termasuk dalam memilih produk mana yang sudah memiliki jaminan halal. Dengan itu, produk yang memiliki sertifikat halal bias memiliki potensi yang lebih besar untuk dipilih dan dikonsumsi.

7. Dilirik pasar muslim dunia

Pasar muslim dunia sedang menjadi sorotan. Dengan alasan, penduduk muslim diseluruh dunia tumbuh sangat pesat sekitar 1,5% dari totalj umlah penduduk juga potensi ekonominya, yang konon lebih besar dari potensi China. Sehingga, produk yang sudah memiliki jaminan halal di Indonesia, bisa juga menjadi pilihan masyarakat muslim global, karena muslim umumnya memiliki standar konsumsi yang sama.

8. Memberikan ketenangan batin

Produk yang telah bersertifikat halal, secara langsung

memberikan ketenangan batin bagi konsumennya. Karena, sudah tidak ada keragu-raguan lagi apakah bahan baku dan proses produksi barang tersebut tidak dilakukan dengan benar. Disisi lain, Lutfiel menambahkan konsumen di Indonesia juga belum sepenuhnya memahami konsep halal. Banyak yang masih berpikir kalau makanan yang mereka konsumsi asal yang buat orang Islam pasti halal. Padahal, sangat penting tentang aspek ketelusurannya, seperti bahan yang dipakai. “Masyarakat juga langsung yakin kalau makanan yang dijual Haji A misalnya, sudah pasti halal. Padahal apakah bahan bakunya sudah ditelusuri dan dari sumber yang halal,” ungkapnya.

2.3. Konsep Produk

2.3.1. Definisi Produk

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk di konsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Philip Kotler produk yaitu” sesuatu

yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.” Dari pengertian dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari – hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen (Kasmir,2005).

Pengertian produk (*product*) menurut Kotler & Armstrong, (2001: 346) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Dari beberapa definisi produk tersebut dapat disimpulkan bahwa produk adalah segala sesuatu baik berwujud barang atau jasa yang digunakan untuk memuaskan konsumen, dimana setiap barang atau jasa tersebut memiliki manfaat yang berbeda. Pembeli dalam membeli setiap barang tidak hanya membeli sekumpulan atribut fisiknya tetapi lebih dari itu. Pembeli bersedia membayar

sesuatu yang diharapkan agar dapat memuaskan keinginan dan kebutuhannya.

2.3.2. Klasifikasi Produk

Klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan tangibility, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama, yaitu:

1. Barang (Goods)

Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan mengalami perlakuan fisik lainnya. Ditinjau dari aspek durabilitas atau jangka waktu pemakaian, terdapat dua macam barang, yaitu:

a. Barang Tidak Tahan Lama

Barang tidak tahan lama adalah barang yang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun. Contohnya adalah sabun, pasta gigi, shampo, minuman dan makanan ringan, kapur tulis, gula dan garam. Oleh karena barang jenis ini dikonsumsi dengan cepat (dalam waktu singkat) dan frekuensi pembeliannya sering terjadi, maka strategi yang paling tepat adalah menyediakannya di banyak lokasi, menerapkan

mark- up harga yang kecil, dan mengiklankannya secara gencar untuk mendorong konsumen agar mencobanya dan sekaligus untuk membentuk preferensi produk.

b. Barang Tahan Lama

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun atau lebih). Contohnya antara lain TV, lemari es, mobil, komputer, mesin cuci dan lain – lain. Umumnya jenis barang ini membutuhkan personal selling dan pelayanan yang lebih banyak dibandingkan barang yang tidak tahan lama, memberikan margin laba yang lebih besar, dan membutuhkan jaminan / garansi tertentu dari penjualnya. Manual tentang cara instalasi, penggunaan, dan perawatan produk seringkali dibutuhkan.

2. Jasa (Services)

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Jasa berciri- cirikan intangible, inseparable, variable, dan perishable. Contohnya bengkel reparasi, salon kecantikan, kursus, hotel, lembaga pendidikan dan lain- lain.

2.3.3 Klasifikasi Produk Bisnis

Konsumen Bisnis adalah tipe konsumen yang profesional. Mereka menekankan aspek rasionalitas dan efektivitas biaya dalam keputusan pembelian oleh karena itu, klasifikasi produk bisnis ini lebih didasarkan pada pemakaian produk ketimbang perilaku pembelian konsumen. Secara garis besar, terdapat enam macam produk bisnis yaitu:

1. Installations

Speciality products dalam konteks produk bisnis disebut installations. Tipe ini mencakup investasi modal untuk pabrik baru, mesin berat, dan telekomunikasi. Pembelian pesawat Boeing 787 Dreamliner oleh Qantas merupakan contoh installations bagi maskapai penerbangan kebanggaan Australia tersebut. Oleh karena pembelian installations membutuhkan dana besar dan pemakaiannya pun berlangsung dalam periode yang relatif lama maka proses pembeliannya melibatkan banyak pembuat keputusan.

2. Accessory Equipment

Yang termasuk dalam kategori ini adalah produk yang memfasilitasi produksi atau operasi tetapi tidak menjadi bagian dari produk akhir. Contohnya adalah komputer desktop, printer, power tools, smartphones, dan cell phones. Dibandingkan installations, harga accessory equipment lebih murah. Kendati tergolong capital investment dan

konsumen lazimnya melakukan depresiasi biaya selama beberapa tahun, umumnya usia pemakaian accessory equipment lebih singkat dibanding installations. Kualitas dan layanan memainkan peran penting, namun harga berpotensi menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian produk ini.

3. Component parts and process materials

Component parts and process material merupakan item produk yang menjadi bagian dari produk akhir, baik yang tidak mengalami perubahan bentuk dan sifat, maupun yang melembur dalam produk jadi. Secara garis besar, tipe ini meliputi process material (seperti benang, semen, dan kawat) dan component parts (seperti motor kecil dan ban). Biasanya process materials masih perlu diolah lagi, misalnya benang ditenun menjadi kain. Sifat process materials yang terstandarisasi mengakibatkan harga dan keandalan pemasok menjadi faktor pembelian yang paling penting. Sementara itu, component parts seluruhnya masuk ke dalam produk jadi tanpa mengalami perubahan bentuk dan sifat, misalnya ban dipasang sepenuhnya pada mobil atau sepeda motor, dan chip semikonduktor dipasang di komputer.

4. Raw material

Raw material terdiri atas produk pertanian (seperti beras, buah- buahan, sayur- sayuran, kapas, susu, telur, daging

sapi dan seterusnya) dan produk kekayaan alam (diantaranya minyak bumi, batu bara, tembaga, biji besi, rotan, dan kayu). Raw material seluruhnya atau sepenuhnya masuk ke produk jadi. Harga jarang jadi keputusan utama pembelian konsumen bisnis lebih mengutamakan faktor keandalan dalam menyampaikan produk dalam kuantitas dan kualitas yang ditetapkan.

5. MRO (Maintenance, Repair, Operating) Supplies

MRO supplies merupakan tipe convenience product bagi konsumen bisnis. Supplies mencerminkan pengeluaran rutin yang digunakan dalam operasi perusahaan sehari –hari. Tipe produk ini tidak menjadi bagian dari produk akhir. MRO terdiri dari tiga macam: (1) Maintenance item, seperti sapu, filter, dan lampu; (2) repair item, seperti mur dan baut yang digunakan untuk memperbaiki peralatan; dan (3) operating supplies, seperti kertas, dan cartridge printer, baterai untuk mouse, dan alat tulis. Produk –produk seperti ini umumnya relatif terstandarisasi dan tingkat kompetisi harga amat intensif. Akan tetapi, konsumen bisnis tidak banyak mencurahkan waktu dalam pembuatan keputusan pembelian MRO supplies. Pesanan biasa dilakukan via telepon, email, fax, atau lewat wiraniaga pedagang grosir setempat.

6. Business services

Kategori produk ini mencakup produk intangible yang dibeli perusahaan untuk memfasilitasi proses produksi dan operasi. Beberapa contoh diantaranya: jasa finansial, jasa leasing, jasa rental peralatan, biro iklan, jasa riset, dan konsultasi manajemen.

2.3.4 Pentingnya Sertifikasi Halal pada Produk

Dalam masalah produk telah menjadi bagian dari isu global menyusul adanya temuan bahwa beberapa produk yang terindikasikan mengandung bahan baku yang berasal dari bahan yang haram. Realitas ini menyadarkan umat Islam bahwa untuk mengetahui kehalalan suatu produk membutuhkan suatu pengkajian dan penelitian yang mendalam. Berangkat dari hal tersebut dikembangkan sistem sertifikasi halal yang outputnya adalah diterbitkannya sertifikat halal untuk produk- produk yang telah memenuhi standar halal. Dengan adanya sertifikasi halal dimaksudkan agar konsumen muslim terlindungi dari produk- produk yang tidak halal (Apriyantono, 2003). Pentingnya sertifikasi halal pada suatu produk dapat kita lihat dari dua segi yaitu dari segi bisnis dan komunikasi, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Sertifikasi Halal Produk dari Segi Bisnis

Dari segi Bisnis bahwa serifikasi halal sangat dibutuhkan karena, Kesadaran para pengusaha produk makanan maupun minuman untuk mencantumkan label halal pada produknya lebih disebabkan pada realitas

banyaknya konsumen umat Islam. Masalah ini selanjutnya akan memunculkan banyak pengusaha yang asal mencantumkan label halal, tanpa prosedur yang disyaratkan berdasarkan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) berdasarkan UU Nomor 7 Tahun 1996 tentang pangan dan UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Legalisasi Halal yang berupa Sertifikasi Halal terhadap suatu produk pangan bukan sekedar jaminan terhadap ketentraman konsumen, tetapi juga jaminan bahwa produknya akan semakin dibeli oleh konsumen serta dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan terhadap konsumen.

Peraturan perundang – undangan tentang pangan halal tersebut, sesungguhnya tidak bertentangan dengan sistem perdagangan dunia internasional yang menganut pasar bebas, seperti pasar bebas ASEAN *Free Trade Area* (AFTA) , *North America Free Trade Area* (NAFTA), masyarakat ekonomi Eropa (European Union), dan organisasi perdagangan internasional . Meskipun pencantuman label halal pada sebuah produk makanan masih bersifat suka rela (*voluntary*).

Antusiasme perusahaan produk pangan nasional maupun internasional untuk mencantumkan label halal pada kemasan produk pangan sesungguhnya akan

menguntungkan produsen. Di samping penerapan label halal pada kemasan produk makanan, diterapkan juga pemberian sertifikat halal kepada produk makanan yang cepat saji yang ada pada restoran- restoran. Pemberian sertifikat halal pada penyedia makanan cepat saji bertujuan menjamin kehalalan produk. Di sisi lain, adanya sertifikat halal yang mereka miliki, merupakan jaminan bagi masyarakat yang mengonsumsinya. Hubungan antara konsumen dengan pelaku usaha, pada dasarnya adalah hubungan hukum yang terbentuk perjanjian timbal balik seperti perjanjian jual beli, perjanjian sewa menyewa, dan lain- lain. Setiap perjanjian yang dibuat secara sah akan mengakibatkan akibat hukum berupa hak dan kewajiban. Kehalalan suatu produk juga penting bagi pelaku usaha karena memiliki nilai tambah terhadap produk yang akan dijual. Kehalalan suatu produk juga dapat mendorong tingkat penjualan secara signifikan sebab sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Itu berarti akan menaikkan nilai ekonomis produk dan mendorong pertumbuhan ekonomi ke arah yang lebih baik.

2. Sertifikasi Halal Produk dari Segi Komunikasi

Dalam upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui perkembangan produk halal, maka harus diketahui tingkat kesadaran perilaku muslim di Indonesia sebagai konsumen produk halal. Kesadaran

muslim Indonesia terhadap produk halal memang belum diketahui secara pasti. Namun, penting untuk dipelajari kriteria dalam menilai produk halal dari sisi persepsi konsumen. Kriteria tersebut tidak hanya menunjuk pada komposisi makanan, namun termasuk cara pengolahan hingga pengemasan.

Berdasarkan pengelihatian dan tindakan masyarakat terhadap produk halal dalam memastikan kehalalan suatu produk makanan, masyarakat juga memiliki perilaku yaitu menyapa, berkomunikasi dan memastikan. Setiap umat muslim harus lebih memperhatikan produk yang hendak mereka konsumsi serta memperhatikan labelisasi halal terhadap produk tersebut.

2.4 Penelitian Terdahulu

Dari kajian penelitian terdahulu dapat diperoleh hasil penelitian yang ada kaitannya dengan topik penelitian ini antara lain:

Penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati (2018) dalam penelitian yang berjudul “ Persepsi Produsen dan Konsumen Muslim terhadap Sertifikasi *Halal* (Studi Kasus pada Produsen dan Konsumen Muslim Bakso Gibrass Cabang Ponorogo)”. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan hasil yang ditemukan bahwa persepsi konsumen muslim atau persepsi masyarakat menganggap bahwa sertifikasi halal itu tidak penting.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Budiman, Mirijani dan Nurhidayati (2019) dalam penelitian yang berjudul “Persepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim terhadap Produk Halal”. Dengan metode yang digunakan adalah kuantitatif, hasil temuan yang diperoleh bahwa secara umum persepsi responden atau persepsi masyarakat terhadap produk halal relatif sudah tinggi. Para masyarakat memandang bahwa produk makanan halal merupakan hal yang penting dan label halal sering dicari ketika ingin membeli makanan. Maka dari itu penting untuk melakukan pengurusan sertifikasi halal pada produk.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni (2015) dalam penelitiannya yang berjudul “Persepsi Konsumen Muslim terhadap Sertifikasi Halal (Pada PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)”. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan hasil temuan yang diperoleh bahwa konsumen muslim di Rocket Chicken Boja berpersepsi atau beranggapan bahwa sertifikasi halal itu penting karena informan mengetahui untuk menjamin kehalalan produk adalah dengan adanya pengurusan sertifikasi halal dan dibuktikan bahwa informan tahu atau peduli terhadap produk yang ada sertifikasi halalnya.

Menurut penelitian dari Mashitoh, Rafida dan Alina (2013) dalam penelitiannya yang berjudul “Perception Towards Halal Awareness and its Correlation with Halal Certification among Muslims” dengan menggunakan metode kuantitatif. Menemukan bahwa adanya hubungan positif dan moderat antara tingkat

kesadaran tentang produk halal dan persepsi masyarakat terhadap sertifikasi halal.

Maka menurut penelitian dari Khalek (2012) dalam penelitiannya yang berjudul “Young consumers’ attitude towards halal food outlets and JAKIM’s halal certification in Malaysia” dengan menggunakan analisis deskriptif. Menemukan bahwa mengindikasikan sikap positif pemuda muslim atau masyarakat terhadap gerai makanan halal dan sertifikasi JAKIM. Jakim merupakan lembaga resmi Malaysia yang mengurus sertifikat halal, seperti MUI di Indonesia.

Secara kesimpulannya, semua tinjauan literature yang digunakan penulis dalam penelitian ini mendekati dengan judul skripsi yang diangkat penulis yaitu, "Pengaruh Persepsi Masyarakat terhadap Minat Pengurusan Sertifikasi Halal pada Produk". karena sepanjang penelitian, penulis belum menemukan ada yang membahas lebih mendalam berkenaan dengan judul tersebut yang khususnya di Kota Banda Aceh.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Metode	Hasil
1.	Persepsi Produsen dan Konsumen Muslim terhadap Sertifikasi <i>Halal</i> (Studi Kasus pada	Nurhayati (2018)	Kualitatif Deskriptif	Hasil yang ditemukan bahwa persepsi konsumen muslim atau persepsi masyarakat menganggap bahwa

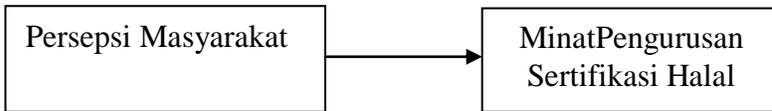
	Produsen dan Konsumen Muslim Bakso Gibrass Cabang Ponorogo).			sertifikasi halal itu tidak penting.
2.	Persepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim terhadap Produk Halal.	Budiman, Mirijani dan Nurhidayati (2019)	Kuantitatif	Hasil temuan yang diperoleh bahwa secara umum persepsi responden atau persepsi masyarakat terhadap produk halal relatif sudah tinggi. Para masyarakat memandang bahwa produk makanan halal merupakan hal yang penting dan label halal sering dicari ketika ingin membeli makanan. Maka dari itu penting untuk melakukan pengurusan sertifikasi

				halal pada produk.
3.	Persepsi Konsumen Muslim terhadap Sertifikasi Halal (Pada PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal).	Wahyuni (2015)	Kualitatif Deskriptif	Hasil temuan yang diperoleh bahwa konsumen muslim di Rocket Chicken Boja berpersepsi atau beranggapan bahwa sertifikasi halal itu penting karena informan mengetahui untuk menjamin kehalalan produk adalah dengan adanya pengurusan sertifikasi halal dan dibuktikan bahwa informan tahu atau peduli terhadap produk yang ada sertifikasi halalnya.
4.	Perception Towards Halal	Mashitoh, Rafida dan Alina	Kuantitatif	Menemukan bahwa adanya hubungan

	Awareness and its Correlation with Halal Certification among Muslims.	(2013)		positif dan moderat antara tingkat kesadaran tentang produk halal dan persepsi masyarakat terhadap sertifikasi halal.
5.	Young consumers' attitude towards halal food outlets and JAKIM's halal certification in Malaysia.	Khalek (2012)	Analisis Deskriptif	Menemukan bahwa mengindikasikan sikap positif pemuda muslim atau masyarakat terhadap gerai makanan halal dan sertifikasi JAKIM. Jakim merupakan lembaga resmi Malaysia yang mengurus sertifikasi halal, seperti MUI di Indonesia.

2.5 Kerangka Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun kerangka berpikir penelitian ini seperti yang disajikan pada gambar sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka penelitian diatas menjelaskan bagaimana persepsi masyarakat mempengaruhi minat pengurusan sertifikasi halal.

2.6 Hipotesis

Hipotesis berfungsi sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan yang sedang diteliti. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori relevan, belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Untuk dapat mengetahui pengaruh persepsi masyarakat terhadap minat pengurusan sertifikasi halal pada produk.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh persepsi halal terhadap minatmasyarakat mengurus sertifikasi halal.

H_a : Terdapat pengaruh persepsi halal terhadap minatmasyarakat mengurus sertifikasi halal.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Berdasarkan data dan analisis data, maka jenis penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dimana kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2010: 14). Sedangkan deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel, baik satu variabel atau lebih independen tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain Sugiyono (2016: 53).

3.2. Populasi dan Penarikan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang mengurus sertifikasi halal.

2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari keseluruhanserta karakteristik yang dimiliki sebuah populasi tersebut (Sugiyono, 2008: 118). Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah seluruh masyarakat kota Banda Aceh yang bergerak dalam dunia usaha yang sudah mengurus sertifikasi halal serta yang sedang mengurus sertifikasi halal. Jika populasinya besar, maka peneliti tentunya tidak memungkinkan untuk mempelajari keseluruhan

yang terdapat pada populasi tersebut. Maka dalam hal ini peneliti perlu menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Karena populasi yang ada dalam penelitian ini terlalu besar, maka peneliti sampel. Adapun jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 orang yang sudah mengurus sertifikasi halal serta yang sedang mengurus sertifikasi halal untuk mewakili keseluruhan masyarakat tersebut dikarenakan jumlah sampel tidak diketahui.

3.3. Teknik Pengumpulan Sampel

Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana teknik pengambilan sampel sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan berdasarkan tujuan penelitian. Menurut Zulganef (2013: 146) *purposive sampling* adalah metode untuk memperoleh informasi dari sasaran-sasaran sampel tertentu yang disengaja oleh peneliti, karena hanya sampel tersebut saja yang mewakili.

Hal ini dilakukan karena tidak seluruh populasi bisa menjadi sampel penelitian, dapat dibuktikan dengan beberapa kriteria dalam pengambilan sampel, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, jenis produk dan yang sudah atau yang belum mengurus sertifikasi halal.

3.4. Jenis Data dan Sumber Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2010, 28) data primer adalah data yang di peroleh atau di kumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data Teknik yang di gunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer yaitu digunakan teknik angket (kuesioner) merupakan teknik penumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut(Sugiyono, 2012: 49). Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner terbuka, kuesioner terbuka adalah berisi pertanyaan yang tidak disertai dengan jawaban sebelumnya (Sugiyono, 2012:49).Tipe skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang. Biasanya cara pengisian kuisisioner jenis ini dengan menggunakan ceklis atau pilihan ganda. Kemudian untuk masing-masing sikap kemudian diberi bobot (Mufraini, 2013: 55). Adapun bobot/ skor dari skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Sangat setuju (SS) = 4
- b. Setuju (S) =3
- c. Tidak setuju (TS) = 2
- d. Sangat tidak setuju (STS) =1

2. Data Sekunder

Menurut Mufraini (2013:46) data sekunder adalah data yang diperoleh atau yang dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai pihak kedua). Data tersebut dapat diperoleh dari sumber bacaan yang biasa didapat dari buku, internet, jurnal, ilmiah, laporan penelitian, dan media massa. Data sekunder adalah data yang sudah tersedia sehingga peneliti tinggal mencari dan mengumpulkan data tersebut (Jonathan Sarwono, 2006: 11). Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan riset kepustakaan. Dimana peneliti melakukan studi kepustakaan yang diperoleh dengan membaca buku-buku teori yang berhubungan dengan permasalahan penelitian. Peneliti juga mengumpulkan data yang berasal dari badan pusat statistik (BPS), artikel, skripsi, dan jurnal.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Ada beberapa teknik atau metode pengumpulan data yang biasanya dilakukan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan salah satu atau gabungan dari metode yang ada tergantung masalah yang dihadapi (Kriyantono, 2009: 93). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

- a. Angket/ Kuessioner

Teknik pokok yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket / kuessioner. Teknik ini berisi daftar – daftar pertanyaan secara tertulis berisi item- item yang berkaikatan dengan analisis persepsi masyarakat terhadap biaya dan mafaat pengurusan sertifikasi halal terhadap suatu produk. Angket yang dilakukan adalah angket tertutup.

b. Studi Pustaka

Pengumpulan data dengan membaca buku, literatur pendukung atau karya ilmiah dan sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

3.6. Operasional Variabel

Adapun operasional variabel pada penelitian ini bersumber dari Asyarie (2018) yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Sub Variabel	Indikator
1	Persepsi Halal (X)	Menurut Kreitner dan Kinicki persepsi merupakan proses kongnitif yang memungkinkan kita menginterprestasikan dan memahami sekitar kita.	Menurut Kreitner dan Kinicki persepsi merupakan proses kongnitif yang memungkinkan kita menginterpretasikan dan memahami sekitar kita.	a. Pendapat b. Penilaian c. Perhatian d. Pemahaman e. Harapan f. Penyerapan

2	Minat Pengurusan Sertifikasi Halal (Y)	Menurut Sujanto (2004:92) minat sebagai suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja terlahir dengan penuh kemauannya dan tergantung dari bakat serta lingkungannya.	Kemauan Keyakinan Ketertarikan	a. Ketertarikan b. Penerimaan c. Memberikan perhatian d. Mempunyai kesadaran tinggi

3.7. Instrumen Penelitian

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Menurut Sugiyono (2012:172) bahwa valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Penentuan validitas ini didasarkan atas perbandingan nilai korelasi yang diperoleh antara skor item dengan skor total item, dengan nilai

kritis korelasi *product moment* (*r table*). Apabila nilai korelasi hitung (*r hitung*) lebih besar bila dibandingkan dengan nilai *r table* pada tingkat keyakinan 95% persen dapat diartikan bahwa item-item pernyataan tersebut valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Spss memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan *reliabel* jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$ (Ghozali, 2013,34-35).

3.7. Asumsi Klasik

3.8.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi normalitas tidak terpenuhi, maka uji F dan uji t menjadi tidak valid. Untuk menguji normalitas, penelitian ini menggunakan uji Jarque-Bara. Kriteria penilaian uji ini adalah: jika signifikan hasil perhitungan data ($\text{Sig} > 5\%$), maka data berdistribusi normal, sedangkan jika signifikan hasil perhitungan data ($\text{Sig} < 5\%$), maka data tidak berdistribusi normal.

3.8.2. Uji Multikolinearitas

Ghozali (2011: 31) menyatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang memiliki nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF) dengan kriteria keputusan sebagai berikut:

1. Apabila *tolerance value* $> 0,1$ dan $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen pada model regresi.
2. Apabila *tolerance value* $< 0,1$ dan $VIF > 10$, maka dapat disimpulkan terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen pada model regresi.

3.8.3 Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Heteroskedastisitas di uji dengan menggunakan uji koefisien korelasi *metode glejer* yaitu mengkorelasikan antara *absolout residual* hasil regresi dengan

semua variabel bebas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung *heteroskedastisitas* dan sebaliknya berarti non *heteroskedastisitas* (Asnawi dan Masyhuri, 2011: 67).

3.9 Analisis Regresi Sederhana

Dalam penelitian ini untuk mengolah data dari hasil penelitian yaitu dengan menggunakan analisis kuantitatif. Dimana dalam analisis tersebut dengan menggunakan paket program spss, teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi sederhana karena terdiri dari 2 variabel yaitu satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Bentuk persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta + \beta X + e$$

Keterangan:

β = Konstanta

X = Persepsi masyarakat

Y = Minat pengurusan sertifikasi halal

E = error

3.10 Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji statistik t, dan tidak menggunakan uji F statistik. Karena dalam penelitian ini hanya menggunakan dua variabel yaitu persepsi masyarakat dan minat pengurusan sertifikasi halal. Sedangkan uji

statistik t digunakan untuk menguji tingkat signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap dependen, dengan ketentuan apabila nilai t hitung suatu variabel lebih besar bila dibandingkan dengan nilai t tabel ($p\text{-value} > 0,05$) berarti variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap dependen. Sebaliknya apabila nilai t hitung suatu variabel lebih kecil bila dibandingkan dengan nilai t tabel ($p\text{-value} < 0,05$) berarti variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap dependen.



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, peneliti membutuhkan responden sebanyak 100 orang yang ditentukan berdasarkan rumus lalu menyebarkan angket tersebut kepada masyarakat yang sedang mengurus sertifikasi halal dan yang sudah mengurus sertifikasi halal. Adapun karakteristik responden akan diuraikan berdasarkan jenis kelamin, usia, jenis produk, jenis masyarakatnya.

4.1.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai responden berdasarkan jenis kelamin dengan bantuan IBM SPSS statistic 17 dapat dilihat sebagai berikut.

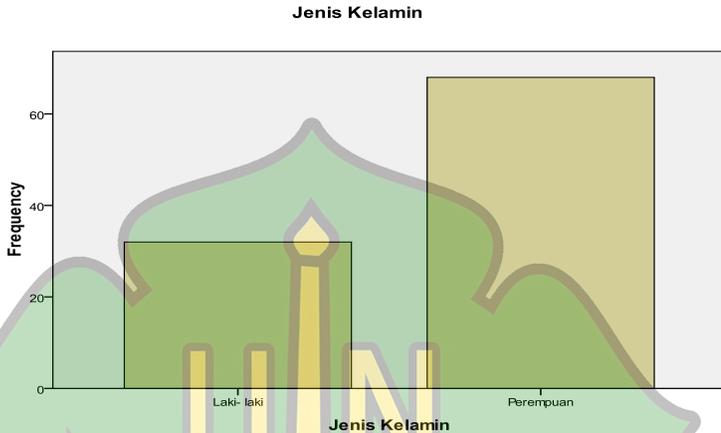
Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden
Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki- laki	32	32.0	32.0	32.0
	Perempuan	68	68.0	68.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah (2020)

Pada tabel 4.1 dapat dilihat bahwa terdapat 32 orang responden yang berjenis kelamin laki-laki dan sisanya sebanyak 68 orang responden yang berjenis kelamin perempuan dari keseluruhan jumlah responden yaitu 100 orang. Jika dilihat dari

persentasenya akan terbentuk sebuah diagram batang sebagai berikut:



Sumber: Data diolah (2020)

Gambar 4.1
Diagram Jenis Kelamin Responden

Dari diagram diatas dapat dilihat bahwa masyarakat yang belum mengurus dan yang sudah mengurus sertifikasi halal sebanyak 32% responden untuk masyarakat yang berjenis kelamin laki-laki dan 68% untuk masyarakat yang berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat yang belum mengurus sertifikasi halal dan yang sudah mengurus sertifikasi halal dalam penelitian ini adalah perempuan. Meskipun begitu, jumlah responden antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan memiliki jumlah yang tidak seimbang.

4.1.2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia Responden

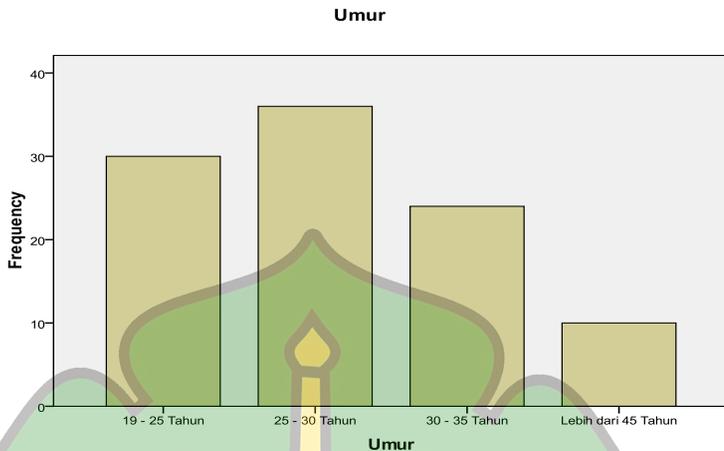
Pada penelitian ini, peneliti mengelompokkan usia responden menjadi empat kategoriyaitu, 19 tahun sampai 25 tahun, 25 tahun sampai 30 tahun, 30 tahun sampai 35 tahun, dan lebih dari 45 tahun. Adapun data mengenai responden berdasarkan jenis kelamin dengan bantuan IBM SPSS statistic 17 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel4.2
Usia Responden
Usia

	Frequen cy	Perce nt	Valid Perce nt	Cumulativ e Percent
19 - 25 Tahun	30	30.0	30.0	30.0
25 - 30 Tahun	36	36.0	36.0	66.0
Valid 30 - 35 Tahun	24	24.0	24.0	90.0
Lebih dari 45 Tahun	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat dapat diketahui bahwa yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu untuk usia 19-25 tahun sebanyak 30 responden, usia 25-30 tahun sebanyak 36 responden, 30-35 tahun sebanyak 24 responden, dan terakhir lebih >45 tahun sebanyak 10 responden. Maka persentasenya antara lain sebagai berikut:



Sumber: Data diolah (2020)

Gambar 4.2 **Diagram Usia Responden**

Dari diagram diatas dapat dilihat bahwa masyarakat yang belum mengurus dan yang sudah mengurus sertifikasi halal sebanyak 36% responden untuk masyarakat yang berusia 25-30 tahun, 30% responden untuk masyarakat yang berusia 19-25 tahun, 24% responden untuk masyarakat yang berusia 30-35 tahun dan 10% responden untuk masyarakat yang berusia lebih dari 45 tahun. Dapat disimpulkan bahwa banyaknya masyarakat yang belum mengurus sertifikasi halal dan yang sudah mengurus sertifikasi halal berusia 25-30 tahun.

4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk

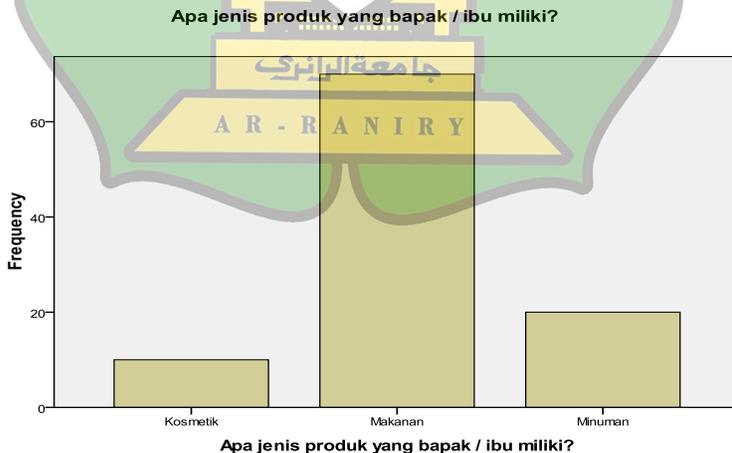
Adapun data mengenai responden berdasarkan jenis produk dengan bantuan IBM SPSS statistic 17 dapat dilihat sebaga berikut:

Tabel 4.3.
Jenis Produk
Jenis Produk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kosmetik	10	10.0	10.0
	Makanan	70	70.0	80.0
	Minuman	20	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.3 dari 100 masyarakat yang menjadi responden memiliki jenis produk yang beragam. Jika dilihat dari jumlahnya masyarakat yang memiliki jumlah jenis produk tertinggi yaitu produk makanan sebanyak 70 produk makanan, kemudian jenis produk minuman sebanyak 20 produk minuman, dan terakhir yaitu produk kosmetik sebanyak 10 produk. Maka persentasenya antara lain sebagai berikut:



Sumber : Data diolah(2020)

Gambar 4.3 **Diagram Jenis Produk**

Dari diagram diatas dapat dilihat bahwa masyarakat yang belum mengurus dan yang sudah mengurus sertifikasi halal yang tertinggi sebanyak 70% dari jenis produk makanan, 20% dari jenis produk miunan dan 10 % dari jenis produk kosmetik.

4.1.4. Karakteristik Responden berdasarkan Pengurusan

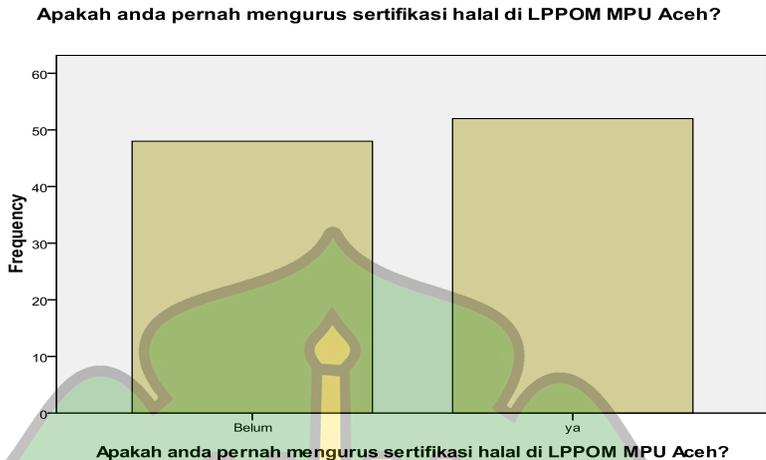
Adapun data mengenai karakteristik responden berdasarkan pengurusan dengan bantuan IBM SPSS statistic 17 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.4
Minat Pengurusan Sertifikasi Halal
Minat Pengurusan Sertifikasi Halal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Belum	48	48,0	48,0	48,0
Valid Ya	52	52,0	52,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah(2020)

Berdasarkan tabel 4.4 dari 100 masyarakat yang menjadi responden, yang belum mengurus sertifikasi halal adalah sebanyak 48%. Sedangkan yang sudah mengurus sertifikasi halal adalah sebanyak 52%. Maka persentasenya antara lain sebagai berikut:



Sumber: Data diolah (2020)

Gambar 4.4 **Pengurusan Sertifikasi Halal**

Dari diagram diatas dapat dilihat bahwa masyarakat yang belum mengurus sertifikasi halal adalah sebanyak 48% responden. Sedangkan masyarakat yang sudah mengurus sertifikasi halal ada sebanyak 52% responden. Jumlah responden yang belum mengurus dan yang sudah mengurus sertifikasi halal memiliki jumlah yang hampir seimbang.

4.2. Deskriptif Output Statistik

4.2.1. Uji Validitas

Dalam menentukan uji validitas dapat diperoleh dengan membandingkan nilai korelasi hitung (r hitung) lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel (r hitung $>$ r tabel). Dalam menentukan r tabel menggunakan rumus $df = n-2$, dinyatakan

bahwa n merupakan jumlah sampel pada tingkat signifikan 5% ($\alpha = 0,05$) (Eksari, 2020). Menurut perhitungan $df = 100 - 2 = 98$ maka, r tabel pada nilai df 98 adalah 0,166 sehingga jika nilai *itemnya* lebih kecil dari 0,166 maka *item* tersebut tidak valid dan sebaliknya. Dapat dilihat pada tabel 4.5 untuk uji validitas antara lain sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

No	Variabel	r hitung	r tabel	Sig.2 (tailed)	Keterangan
Persepsi Masyarakat (X)					
X1	Pendapat saya terhadap sertifikasi halal bahwa biayanya sesuai kemampuan konsumen	0,699	0,166	0,000	Valid
X2	Penilaian saya terhadap sertifikasi halal sudah baik	0,678	0,166	0,000	Valid
X3	Saya tidak mempermasalahkan lembaga yang membuat sertifikasi halal	0,697	0,166	0,000	Valid
X4	Memproduksi makanan halal akan bisa mengarahkan usaha menuju usaha yang berkah dan bertambah baik	0,543	0,166	0,000	Valid
X5	Saya mengetahui bahwa beberapa	0,527	0,166	0,000	Valid

	produk mendapatkan sertifikasi halal dari negara lain				
X6	Saya hanya akan memproduksi produk yang sudah bersertifikasi halal	0,436	0,166	0,000	Valid
Minat Pengurusan Sertifikasi Halal (Y)					
Y1	Saya hanya akan memproduksi produk yang sudah bersertifikasi halal	0,611	0,166	0,000	Valid
Y2	Saya hanya akan tertarik pada produk yang bersertifikasi halal saja	0,530	0,166	0,000	Valid
Y3	Saya hanya akan mengonsumsi produk yang bersertifikasi halal	0,599	0,166	0,000	Valid
Y4	Saya menyadari bahwa pengurusan sertifikasi halal salah satu hal yang dapat memberikan perlindungan pada masyarakat setempat	0,678	0,166	0,000	Valid

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa seluruh nilai r hitung pada keseluruhan *item* lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel yaitu 0,166. Selanjutnya, setiap *item* memiliki

signifikansi $<$ dari 0,05. Dengan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

4.2.2. Uji Reliabilitas

Dalam melakukan pengujian reliabilitas maka menggunakan rumus *AlpaCrinboch*. Ketika variabel yang diteliti mempunyai *Crinboch's Alpa* (α) $>$ 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliable. Namun sebaliknya, jika *Crinboch's Alpa* (α) $<$ 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliable (Supriyanto dan Machfudz2010: 296). Dapat dilihat pada tabel 4.6 hasil uji reliabilitas antara lain sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria Cronbach's Alpa	Keterangan
Persepsi Masyarakat	0,835	0,6	Reliable
Minat Pengurusan Sertifikasi Halal	0,839	0,6	Reliable

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator dalam variabel persepsi masyarakat dan minat pengurusan sertifikasi halal memiliki *Crinboch's Alpa* $>$ 0,60 dengan demikian dapat dikatakan bahwa masing-masing indikator tersebut dalam variabel reliable.

4.3. Asumsi Klasik

4.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Dapat dikatakan bahwa uji normalitas dilakukan pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variabel (Sunjoyo, Setiawan, Carolina, Magdalena, Kurniawan, 2010: 59). Pada penelitian ini uji normalitas *kolmogrov-smirnov*. Untuk mendeteksi normalitas data dapat juga dilihat dari nilai residual. Dikatakan normal bila nilai residual diatas nilai signifikansi yang ditetapkan. Adapun ketetapan tersebut antara lain jika nilai $\text{asympt. Sig. (p)} > \alpha$ maka sebaran data berdistribusi $\text{Sig. (p)} > \alpha$ maka sebaran data berdistribusi normal. Berikut dibawah ini tabel 4.7 hasil uji normalitas menggunakan *kolmogrov-smirnov*.

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

A R - R A N I R Y		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	0.399854
Most Extreme Differences	Absolute	0.086
	Positive	0.086
	Negative	-0.055
Kolmogorov-Smirnov Z		0.857
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.455

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah (2020)

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu: jika nilai signifikan lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal. Kemudian sebaliknya, jika nilai signifikan lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Pada tabel di atas N menandakan banyaknya jumlah responden yaitu sebanyak 100 orang dan diketahui bahwa hasil nilai asymp. Sig sebesar 0,455. Dapat disimpulkan bahwa pada tabel di atas nilai asymp. Sig lebih besar dari 0,05 atau $0,455 > 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa distribusi data adalah normal.

4.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas (independen). Syarat tidak terjadinya multikolinearitas yaitu harus memenuhi kriteria antara lain:

1. Pada nilai tolerance apabila nilai tolerance $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas pada data yang di uji dan sebaliknya.
2. Pada nilai VIF apabila nilai VIF $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas pada data yang di uji dan sebaliknya.

Tabel 4.8
Hasil Uji Multilinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 Constant	1.261	0.273		4.625	0.000		
MEANX	0.619	0.08	0.615	7.721	0.000	1.000	1.000

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai tolerance untuk persepsi masyarakat 1.000. Sedangkan nilai VIF untuk persepsi masyarakat adalah 1.000. Dari hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa nilai tolerance kurang dari 0,10 sedangkan nilai VIF dari variabel tersebut kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

4.3.3. Uji Heteroskedastisitas I R Y

Uji heteroskedastisitas bertujuan mengetahui adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Pada penelitian ini untuk menguji heteroskedastisitas menggunakan uji *Park*.

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.562	1.267		-1.233	.220
MEANX	-.406	.372	-.110	-1.091	.278

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari variabel independen $> 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi yang diperoleh terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Nilai signifikansinya adalah 0,278 lebih besar dari 0,05. Hal ini menyatakan bahwa model regresi terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

4.4. Hasil Analisis Regresi Sederhana

Regresi linear sederhana merupakan metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel faktor penyebab (X) terhadap variabel akibatnya. Faktor penyebab pada umumnya dilambangkan dengan x atau disebut juga dengan predictor, sedangkan variabel akibat dilambangkan dengan y atau disebut juga dengan respon. Untuk mengetahui bagaimana hubungan linear yang terjadi antara variabel persepsi masyarakat terhadap sistem pengurusan sertifikasi halal maka perlu mengetahui

persamaan garis regresinya. Persamaan regresi dapat dibuat berdasarkan tabel berikut:

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regesi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.261	0.273		4.625	0.000
MEANX	0.619	0.08	0.615	7.721	0.000

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan hasil output spss pada tabel 4.10 maka dapat diperoleh hasil regresi linear sederhana yaitu: bahwa uji signifikansi parsial (t) dalam regresi linear sederhana, dimana variabel persepsi masyarakat memiliki nilai probabiliti kurang dari 5% yaitu sebesar 0,000 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi masyarakat dengan minat pengurusan sertifikasis halal.

Berdasarkan tabel 4.10 regresi linear sederhana yang menjelaskan pengaruh persepsi masyarakat terhadap minat pengurusan sertifikasi halal sebagai berikut:

$$Y = 1.261 + 0,619X + e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat diartikan bahwa:

1. Pada tabel diatas terlihat bahwa nilai konstanta sebesar 1,261 maka dapat diartikan bahwa ketika tingkat persepsi masyarakat dianggap konstan. Maka tingkat minat pengurusan sertifikasi halal adalah sebesar 1,261.

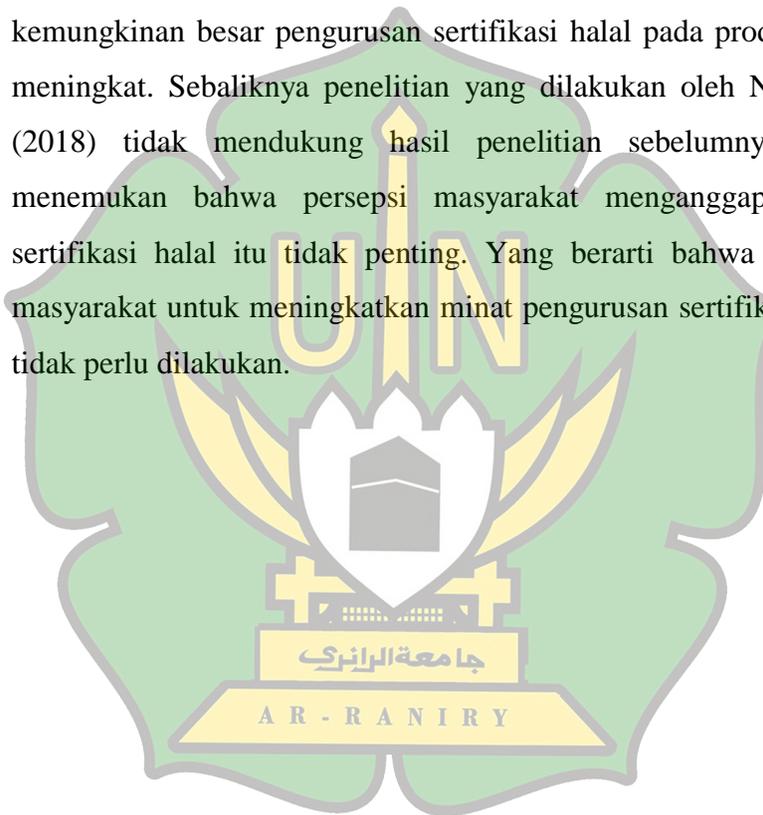
2. Pada tabel diatas terlihat bahwa nilai koefisien dari persepsi masyarakat sebesar 0,619 ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat bernilai positif terhadap minat pengurusan sertifikasi halal. Maka setiap kenaikan 1 persen persepsi masyarakat maka minat pengurusan sertifikasi halal akan mengalami peningkatan sebesar 0,619 persen.

4.5. Pembahasan

Persepsi masyarakat adalah suatu proses dimana sekelompok manusia yang hidup dan tinggal bersama dalam wilayah tertentu dan memberikan pemahaman atau tanggapan terhadap hal-hal atau peristiwa yang terjadi dilingkungannya. Dimana persepsi masyarakat sangat berpengaruh terhadap minat seseorang dalam melakukan pengurusan sertifikasi halal. Dengan adanya persepsi masyarakat kemungkinan besar banyak orang yang akan melakukan pengurusan sertifikasi halal.

Hasil analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini menemukan bahwa persepsi masyarakat dalam regresi linear sederhana memiliki nilai koefisien yang positif sehingga dapat diartikan bahwa persepsi masyarakat berpengaruh positif terhadap minat pengurusan sertifikasi halal di Kota Banda Aceh. sedangkan nilai probabiliti dari persepsi masyarakat pada regresi linear sederhana sebesar 0,000 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya bahwa persepsi masyarakat berpengaruh signifikan terhadap minat pengurusan sertifikasi halal. Penelitian ini mendukung hasil

penelitian dari Mashitoh, Rafida dan Alina (2013) yang menemukan bahwa adanya hubungan positif dan moderat antara tingkat kesadaran tentang produk halal dan persepsi masyarakat terhadap sertifikasi halal, artinya bahwa dengan adanya persepsi masyarakat tentang produk halal dan sertifikasi halal maka kemungkinan besar pengurusan sertifikasi halal pada produk akan meningkat. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati (2018) tidak mendukung hasil penelitian sebelumnya, yang menemukan bahwa persepsi masyarakat menganggap bahwa sertifikasi halal itu tidak penting. Yang berarti bahwa persepsi masyarakat untuk meningkatkan minat pengurusan sertifikasi halal tidak perlu dilakukan.



BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

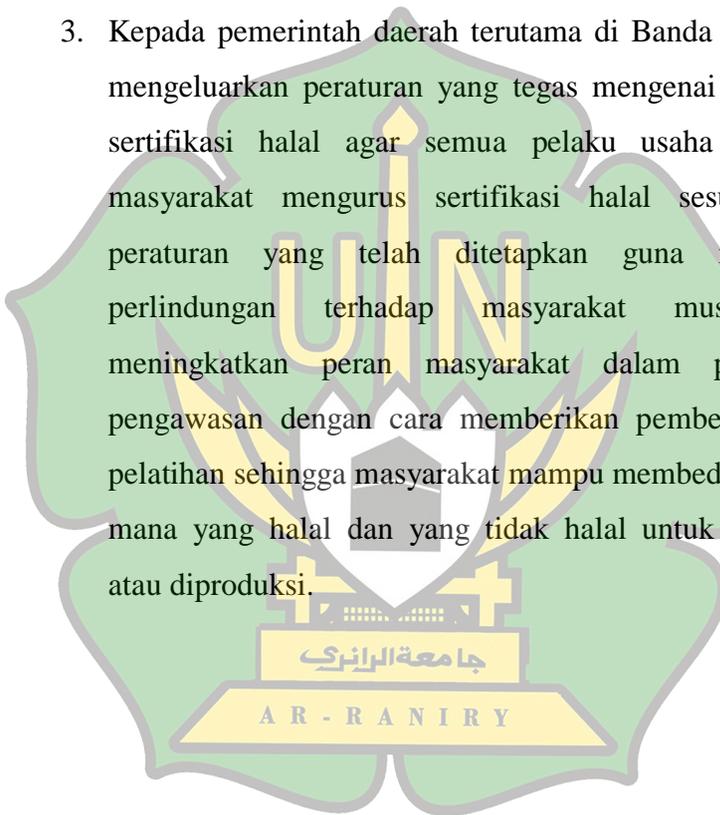
Berdasarkan analisis regresi sederhana yang telah dilakukan mengenai Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Minat Pengurusan Sertifikasi Halal pada Produk, dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan yaitu: Persepsi masyarakat dalam regresi sederhana memiliki pengaruh yang positif terhadap minat pengurusan sertifikasi halal. Maka semakin baik persepsi masyarakat tentang pengurusan sertifikasi halal maka semakin banyak pula masyarakat yang melakukan pengurusan sertifikasi halal. Dapat dilihat dari nilai signifikansinya yaitu nilai probabilitas lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikansi ($0,000 > 0,05$).

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya penulis menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk semua masyarakat di Provinsi Aceh khusus di Banda Aceh supaya dapat lebih meningkatkan memproduksi produk halal. Dengan demikian masyarakat dapat mengetahui baik tidaknya suatu produk.

2. Masyarakat, terutama masyarakat muslim di Banda Aceh harus dilindungi dari mengonsumsi atau memproduksi produk yang tidak halal, oleh karena itu perlunya pengurusan sertifikasi halal agar masyarakat lebih merasa terlindungi dan tidak lagi merasa dirugikan kepentingannya.
3. Kepada pemerintah daerah terutama di Banda Aceh untuk mengeluarkan peraturan yang tegas mengenai pengurusan sertifikasi halal agar semua pelaku usaha dikalangan masyarakat mengurus sertifikasi halal sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan guna memberikan perlindungan terhadap masyarakat muslim serta meningkatkan peran masyarakat dalam pelaksanaan, pengawasan dengan cara memberikan pembelajaran atau pelatihan sehingga masyarakat mampu membedakan sendiri mana yang halal dan yang tidak halal untuk dikonsumsi atau diproduksi.



DAFTAR PUSTAKA

- Sujanto, A. (2004). *Psikologi Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ahmad, A. (2009). *Ilmu Sosial Dasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Firmansyah, A. (2015). *Analisis Implementasi Strategi Marketing Mix pada Manajemen Pemasaran Supermarket Tip Top dari Prespektif Etika Bisnis Islam. Skripsi*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Hidayatullah.
- Artana, I.M.A., Dantes, N., dan Lasmawan, I.W.. (2015). Pengaruh Model Pembelajaran Inkuiri Terbimbing Terhadap Hasil Belajar IPA Ditinjau Dari Minat Belajar Siswa Kelas V SD Negeri Di Gugus VI Kecamatan Abang Kabupaten Karangasem Tahun Pelajaran 2014/2015. *E-Journal Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha Program Studi Pendidikan Dasar*. Vol. 5. Hal. 1-11.
- Asnawi, N., dan Masyhuri. (2011). *Metodologi, Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press.
- Assauri, S. (2004).*Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*.Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Budiman, A.M., Mairijani, dan Nurhayati. (2019). Persepsi Dan Perilaku Konsumsi MasyarakatMuslim Terhadap Produk Halal. *Politeknik Negeri Banjarmasin*, 2541-6022.
- Burhanuddin. (2011) . *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. Malang :UIN Maliki Press hal.139.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss IV*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

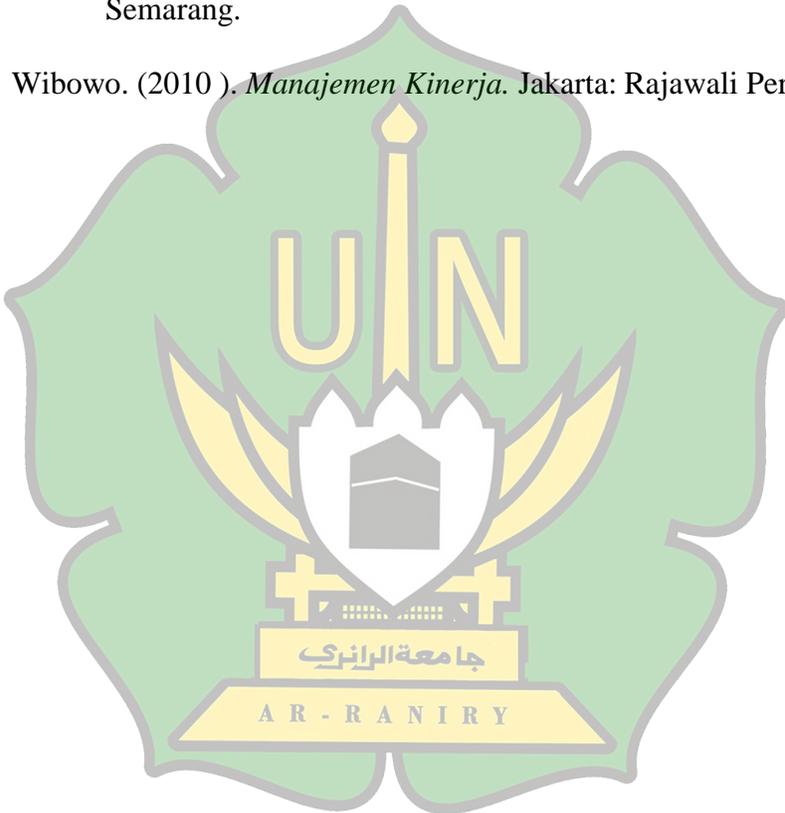
- Hayati, N. (2018). *Persepsi Produsen Dan Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus Pada Produsen Dan Konsumen Muslim Bakso Gibrass Cabang Ponorogo)*. HES .Fakultas Syariah. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Hidayat, S.A. dan Mustolih, S. (2015). *Sertifikasi Halal dan Non Halal Pada Produk Pangan Industri*. Jurnal Ahkam.15(2)199-210.
- Hornngren, C. T., dan Datar, S. M. (2008). *Akuntansi Biaya; Penekanan manajerial jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Hornngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V.(2015). *Cost Accounting; A Managerial Emphasis 15ed*. Ney Jersey: Peason Education Lmt.
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Khalek. (2012) .Young Consumers' Attitude Towards Halal Food Outlets And JAKIM's Halal Certification In Malaysia. *Journal of Procedia - Social and Behavioral Sciences 121* 26 – 34.
- Kinney, M. R., dan Cecily A. R. (2011). *Cost Accounting: Foundations and Evolutions*. Edisi ke-8 United States of America: Cengage Learning.
- Kotler, P., dan Gray, A. (2006). *Prinsip- Prinsip Pemasaran edisi 2 jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kuswadi. (2005). *Meningkatkan Laba melalui Pendekatan Asuransi Keuangan dan Akuntansi Biaya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.

- Lestari, W., dan Permana, D. B. (2017). *Akuntansi Biaya Dalam Perspektif Manajerial*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Mashitoh, S., Dkk. (2013). Perception Towards Halal Awareness and its Correlation with Halal Certification among Muslims. *Journal of Scientific Research* 13 1-4.
- Bahari, M. A., Faizal, M. Y., dan Anwar. (2009). *Marketing Mix From Islamic Marketing Perspective*. Jurnal. Fukulty Of Economics and Management Sciens Internasional Islamic University Of Malaysia.
- Mufraini, M. A. (2013). *Metode Penelitian Bidang Studi Ekonomi Islam*. Ciputat: UIN Jakarta Press.
- Nurlela. (2006). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Kotler, P. (1994). *Manajemen Pemasarasan; Analisis, Perencanaan, Implementasi, danPengendalian*, Jakarta Salemba Empat : Jilid 1 Cet 8,h. 202-222.
- Robbins, S.P. (2003). *Perilaku Organisasi Jilid 1* (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia), 126.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2010). *Metodepenelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran, Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wahyuni, M. (2015). *Persepsi Konsumen Muslim terhadap Sertifikasi Halal (Studi Kasus pada PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)*. ES .Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.

Wibowo. (2010). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers.



LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisoner Penelitian

- Nama :
- Jenis Kelamin : () pria ()
wanita
- Usia : a. 19-25 tahun
b. 25-30 tahun
c. 30-35 tahun
d. 45 ke atas

Memiliki sebuah usaha dan produk :

Apakah anda pernah mengurus sertifikasi halal ?

- Iya
- Belum

Apakah anda memiliki sebuah usaha dan produk?

- Iya
- Tidak

Apa jenis produk yang bapak / ibu miliki?

Jawab :

Petunjuk Pengisian Kuesioner Berilah tanda check (√) pada kolom yang saudara/I pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, dengan alternative menjawab sebagai berikut:

STS : Bila anda **Sangat Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut

TS : Bila anda **Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut

S : Bila anda **setuju** dengan pernyataan tersebut

SS : Bila anda **sangat setuju** dengan pernyataan tersebut

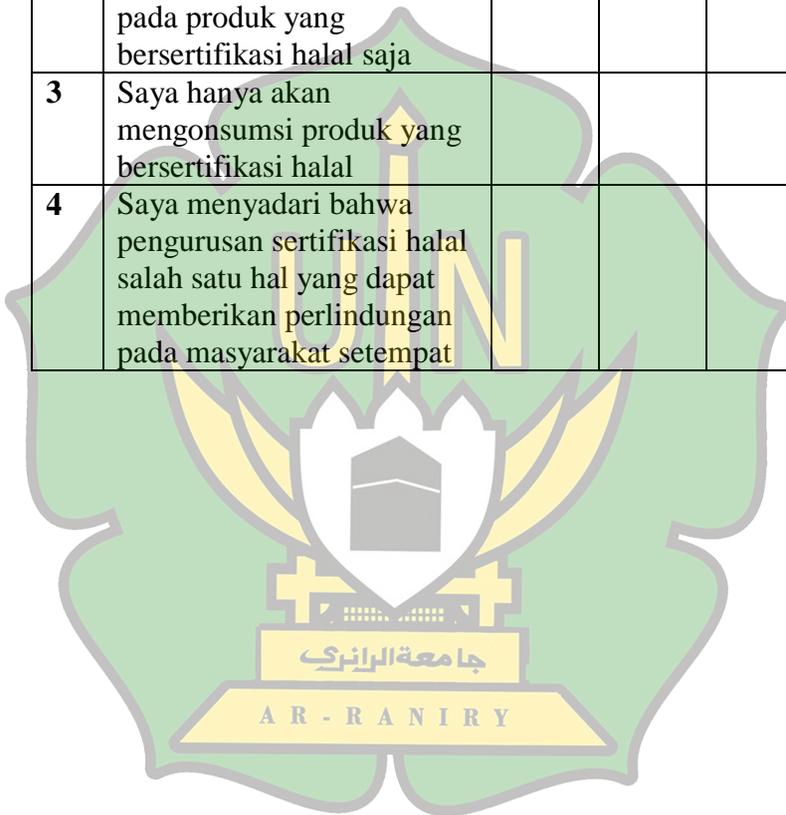
Kami berharap saudara/i menjawab semua pertanyaan yang ada.

Persepsi masyarakat

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1	Pendapat saya terhadap sertifikasi halal bahwa biayanya sesuai kemampuan konsumen				
2	Penilaian saya terhadap sertifikasi halal sudah baik				
3	Saya tidak mempermasalahkan lembaga yang membuat sertifikasi halal				
4	Memproduksi makanan halal akan bisa mengarahkan usaha menuju usaha yang berkah dan bertambah baik				
5	Saya mengetahui bahwa beberapa produk mendapatkan sertifikasi halal dari negara lain				
6	Saya hanya akan memproduksi produk yang sudah bersertifikasi halal				

Minat Pengurusan Sertifikasi Halal

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1	Saya hanya akan memproduksi produk yang sudah bersertifikasi halal				
2	Saya hanya akan tertarik pada produk yang bersertifikasi halal saja				
3	Saya hanya akan mengonsumsi produk yang bersertifikasi halal				
4	Saya menyadari bahwa pengurusan sertifikasi halal salah satu hal yang dapat memberikan perlindungan pada masyarakat setempat				



Lampiran 2 : Data Jawaban Responden

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
2	1	1	1	1	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
1	1	1	4	4	4	1	4	1	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
1	4	4	4	4	3	3	2	2	2
2	4	3	4	4	4	4	4	3	2
2	4	4	4	4	4	1	4	4	1
4	2	1	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3	3	4	3	3
2	4	3	3	3	2	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	4	3	1	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	3	3	2
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	1	4	2	1	1
3	4	4	4	4	4	1	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	3	4	3
3	2	2	4	4	4	4	4	4	2
2	3	3	4	3	3	2	4	4	2
1	1	3	4	4	4	1	3	4	2

3	3	3	4	4	4	2	4	3	3
2	2	2	4	4	4	1	4	1	1
2	4	4	4	4	1	4	4	4	4
4	4	2	4	4	1	3	4	4	1
2	1	1	4	4	4	4	3	3	1
4	1	1	4	4	4	3	4	4	1
1	1	1	4	4	4	4	2	2	1
2	2	4	4	4	4	4	3	3	1
3	3	3	4	4	4	3	3	3	1
3	4	4	3	2	2	4	4	3	4
3	3	3	4	4	4	2	4	1	1
4	4	4	4	4	4	4	4	3	1
3	2	3	4	4	4	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
1	2	4	3	4	4	4	4	4	4
3	2	2	3	3	3	3	3	2	2
4	3	3	3	3	4	4	3	3	3
3	3	2	4	3	4	4	3	2	3
4	4	4	3	2	4	4	3	4	3
3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
3	3	3	3	2	3	3	4	3	3
3	3	3	4	2	4	3	3	3	2
3	3	4	4	3	4	3	4	4	3
2	3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
2	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	2
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
3	4	3	4	4	4	4	4	3	2
2	2	2	3	3	3	3	3	3	2

3	3	3	4	3	4	4	3	4	3
2	3	3	3	3	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
2	2	2	3	2	3	3	2	3	3
4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	4	3	4	4	4	4	2
3	3	2	4	3	4	4	4	4	2
2	2	2	3	2	3	3	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	2	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
3	3	2	3	2	4	4	3	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	3	4	4	4	4	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
2	4	4	3	2	4	4	4	4	2
2	4	2	3	3	3	3	3	2	2
4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
4	2	4	4	3	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	4	3	3	3	2
4	3	3	4	4	3	3	3	3	4
3	3	4	4	3	4	4	4	4	3

4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
2	2	2	2	2	2	3	3	4	2
4	4	4	3	4	4	4	3	4	3
3	3	2	4	3	3	4	3	4	2
4	4	4	4	4	4	4	3	3	2
3	3	3	4	4	3	3	4	3	3
2	4	4	3	2	4	4	4	4	2
3	3	4	4	3	4	4	4	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
2	3	3	4	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3



Lampiran 3 :Hasil Karakteristik Responden

1. Frequency Tabel

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki- laki	32	32	32	32
Perempuan	68	68	68	100
Total	100	100	100	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
19 - 25 Tahun	30	30	30	30
25 - 30 Tahun	36	36	36	66
30 - 35 Tahun	24	24	24	90
Lebih dari 45 Tahun	10	10	10	100
Valid Total	100	100	100	

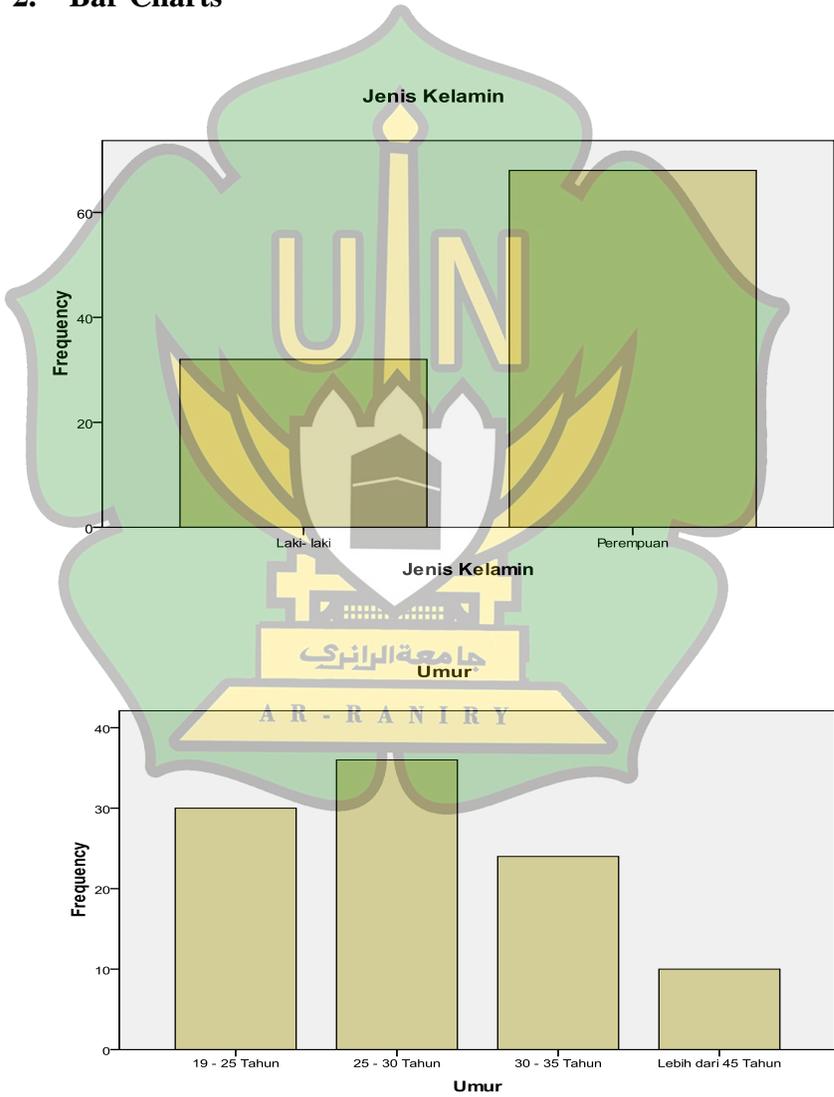
Jenis Produk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kosmetik	10	10	10	10
Makanan	70	70	70	80
Minuman	20	20	20	100
Valid Total	100	100	100	

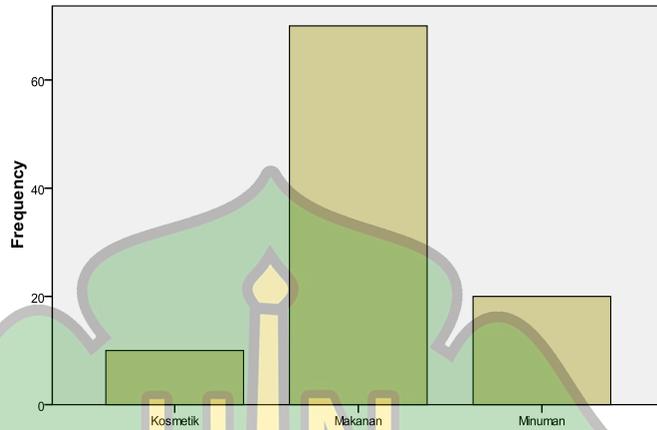
Minat Pengurusan Sertifikasi Halal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Belum	48	48,0	48,0	48,0
Valid Ya	52	52,0	52,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

2. Bar Charts

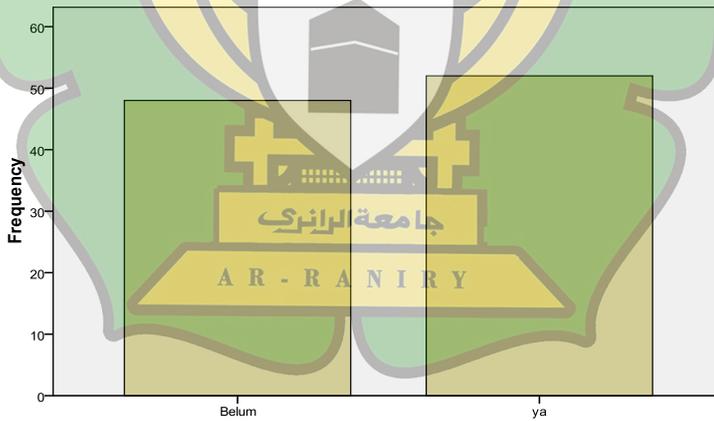


Apa jenis produk yang bapak / ibu miliki?



Apa jenis produk yang bapak / ibu miliki?

Apakah anda pernah mengurus sertifikasi halal di LPPOM MPU Aceh?



Apakah anda pernah mengurus sertifikasi halal di LPPOM MPU Aceh?

Lampiran 4: Hasil Output Statistik

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.615 ^a	.378	.372	.402

a. Predictors: (Constant), MEANX

b. Dependent Variable: MEANY

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	12

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.261	0.273		4.625	0.000
MEANX	0.619	0.08	0.615	7.721	0.000

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.39985402
Most Extreme Differences	Absolute	.086

Positive	.086
Negative	-.055
Kolmogorov-Smirnov Z	.857
Asymp. Sig. (2-tailed)	.455

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.261	.273		4.625	.000		
	MEANX	.619	.080	.615	7.721	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: MEANY

Model Summary^b

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.615 ^a	.378	.402

a. Predictors: (Constant), MEANX

b. Dependent Variable: MEANY

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	-1.562	1.267		-1.233	.220	
	MEANX	-.406	.372		-.110	-.1091	.278

a. Dependent Variable: LNU2I

Lampiran 5: T Tabel

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967