

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan langsung menggunakan pengkodean terpilih, yaitu pengkaitan kategori yang ditemukan dengan teori yang ada, sedangkan hal-hal yang masih bersifat data mentah yaitu pengkodean terbuka dan berproses akan ditampilkan dalam lampiran.

Analisis data ini mencakup satu variable yang dibahas secara mendetail menggunakan data yang telah diperoleh dari hasil wawancara. Variabel dalam penelitian ini adalah respon usaha mikro kecil menengah terhadap kewajiban penetapan sertifikasi halal. Dalam pembahasan ini menggunakan kodifikasi yang telah disesuaikan dengan yang tercantum pada lampiran yang telah dari hasil wawancara. Adapun subyek yang dimaksud adalah manager produksi ayam penyet Surabaya. Verifikasi tersebut dilakukan untuk uji kebenaran setiap makna yang muncul dari data. Adapun verifikator di ambil dari konsumen ayam penyet Surabaya.

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Profil Ayam Penyet Surabaya

Sejarah berdirinya rumah makan Ayam Penyet Surabaya merupakan usaha waralaba sebagai pelopor warung makan ayam penyet di Indonesia. Ayam Penyet Surabaya didirikan oleh bapak Puspo Wardoyo. Selama ini, beliau dikenal sebagai pemilik Ayam Bakar Wong Solo. Namun tidak banyak yang tahu, jika beliau juga sukses membuat produk ayam penyet dengan merek Ayam Penyet Surabaya. Bahkan, Ayam Penyet Surabaya lah sebagai pelopor ayam penyet di Indonesia, sebelum ayam penyet ramai seperti belakangan ini. Ayam Penyet Surabaya juga telah dikenal oleh negara tetangga yaitu Malaysia. Di negara jiran tersebut, ayam penyet buatan Wong Solo Group merupakan menu yang paling disukai oleh masyarakat sana. Banyaknya peminat ayam penyet buatan Wong Solo Group di negara Malaydi sia, membuat bapak Puspo

Wardoyo membuka beberapa gerai dan menjadikan ayam penyet menjadi menu andalannya. Ini merupakan sebuah peluang usaha untuk bisa kita geluti. Awalnya Ayam Penyet Surabaya hanyalah sebuah produk pelengkap di gerai Ayam Bakar Wong Solo. Awal mula Puspo memasukan ayam penyet ke dalam gerai Wong Solo karena pada 1992, anaknya senang makan tempe penyet di Surabaya. Dari situlah beliau memiliki inisiatif untuk memasukkan menu tempe penyet ke bagian dari menu Ayam Bakar Wong Solo. Banyaknya peminat tempe yang kian hari kian bertambah, beliau menciptakan ide baru bagi untuk membuat ayam penyet. Dan ternyata ayam penyet tersebut dapat diterima oleh lidah konsumen. Sejarah terbentuknya ayam penyet tidak berjalan singkat, bahkan harus melewati waktu yang lama untuk disukai customer. Pada tahun 1997, ayam penyet mulai disukai oleh warga Djogja, bahkan Ibu Megawati berkeinginan untuk mencicipi cita rasa dari tempe dan ayam penyet tersebut. Kemudian pada tahun 2006, bapak Puspo mendirikan gerai ayam penyet sendiri dengan nama Ayam Penyet Surabaya di daerah Medan. Alasan beliau menggunakan nama Ayam Penyet Surabaya di Medan karena ide dalam menemukan ayam penyet tersebut berasal dari kota Surabaya (www.ayampenyetsurabaya.com).

Saat ini, Ayam Penyet Surabaya sudah memiliki sekitar 20 gerai tersebar di Medan, Aceh, Palembang, Jakarta, Bandung, Purbalingga, Purwokerto, Malang, Balikpapan, Samarinda, dan Banjarmasin. Kedahsyatan Ayam Penyet Surabaya memberikan inspirasi bagi banyak orang untuk membuka usaha serupa, termasuk mantan-mantan karyawan bapak Puspo Wardoyo. Ada ratusan ayam penyet dengan berbagai merek, yang dibuka oleh mantan karyawan saya baik yang skalanya kecil-kecil, sampai yang skala menengah, dan tersebar di seluruh Indonesia. Seperti yang diketahui, ayam penyet sebenarnya merupakan kuliner yang sangat sederhana, menu tersebut merupakan ayam goreng yang dipenyet menggunakan ulegbatu giling, lalu

menggunakan sambal yang sangat pedas. Letak rahasianya ada pada resep sambalnya. Ayam Penyet Surabaya memiliki sambal yang khas, yaitu sambal kampung yang pedasnya nonjok,” katanya. Selain ayam penyet, Universitas Sumatera Utara banyak menu-menu lain yang terdapat dalam Ayam Penyet Surabaya. Antara lain, lele penyet, tempe penyet, ikan penyet, nasi goreng, ayam bakar, sayur, kangkung, capcay, dan sebagainya. Dan semua menu ditawarkan dengan harga yang relatif murah, yang pastinya tidak memberatkan pengeluaran konsumen. Kini di setiap gerai Ayam Penyet Surabaya selalu ramai oleh pengunjung. Untuk hari biasa saja, Ayam Penyet Surabaya bisa dikunjungi sekitar 250 hingga 300 pengunjung, belum lagi kalau hari weekend, bisa didatangi sekitar 600 pengunjung. Peluang bisnis Ayam Penyet Surabaya akan selalu menjadi peluang bisnis yang bagus jika digeluti dengan serius. Pasalnya, produk ayam mau dibuat apa saja laku, karena orang Indonesia sangat menyukai ayam, mau ayam goreng, ayam bakar atau apa saja. “Namun ayam penyet punya kelas sendiri, (www.ayampenyetsurabaya.com).

Sambalnya yang bikin orang bisa berkeringat, dan membuat orang ketagihan. Ucap Wardoyo. Bagi calon franchisee yang berminat menjadi mitra bisnis Ayam Penyet Surabaya, maka sediakan investasi sekitar Rp 500 juta. “Itu semua sudah total investasi termasuk sewa tempat, kitchen set dari bahan stainless, kendaraan motor untuk delivery, bahan baku, training, promosi dan lain-lain. Dengan investasi tersebut, sang mitra diasumsikan bisa break even dalam jangka waktu sekitar 1 tahun setengah. “Akan tetapi yang fenomenal ada yang cukup satu tahun saja sudah break even. Itu dengan syarat sang mitra bisa menempati lokasi usaha yang strategis, di sebuah daerah yang banyak traffic masyarakatnya” (www.ayampenyetsurabaya.com).

2. Profil Super Geprek

Super Geprek merupakan kuliner yang bergerak dibidang produk ayam yang terletak di jalan kaliurang daerah istimewa Yogyakarta berdiri pada tahun

2017 ditengah-tengah banyak nya produk ayam yang beredar di Yogyakarta. Meski baru berdiri 2017 yang lalu, Super Geprek langsung diantri para pengunjung. Kedai ayam geprek ini menawarkan layanan yang super cepat, tempat yang super nyaman, produk yang berkualitas super dan harga yang super murah. Dunia kuliner memang tidak ada matinya. Selalu saja ada yang baru di sektor kebutuhan perut ini. Belakangan ini kuliner Indonesia tengah diramaikan dengan menjamurnya restoran ayam geprek. Hampir di setiap kota berdiri kedai ayam geprek yang menawarkan olahan ayam penyet dengan berbagai variasi topping dan rasa. Bahkan beberapa kedai ayam geprek menaburkan keju yang sudah dilelehkan di atas ayam geprek.

Sesuai dengan perkembangan zaman, Wong Solo Group yang sudah puluhan tahun menekuni dunia kuliner pun meluncurkan kedai ayam geprek dengan nama Super Geprek. Sejatinya, Wong Solo Group bukan pemain baru di ayam geprek. Group bisnis yang didiriam Puspo Wardoyo ini sudah sejak lama mendirikan Ayam Penyet Surabaya yang kini gerainya terserbar di berbagai daerah. “Ayam geprek ini persoalan nama saja, kalau di Jawa Timur dan Jawa Tengah kan disebutnya ayam penyet yang sebenarnya digeprek juga sambal dan ayamnya. Sementara kalau di Jawa Barat kan digeprek. Kebetulan nama ayam geprek tengah booming saat ini, sebelumnya ayam penyet juga sudah booming terlebih dahulu,” ujar Puspo Wardoyo, pemilik Wong Solo Group.

Meski belum lama berdiri gerai Super Geprek selalu diantri konsumen. Per hari rata-rata pengunjung mencapai 1200 orang. “Kita baru buka jadi booming sekali. Seiring berjalannya waktu, nanti seleksi alam yang akan berbicara, mana kedai ayam geprek yang bertahan dan mana yang kedai geprek yang coba-coba hanya meramaikan kuliner sesaat saja. Suatu saat konsumen akan menilai mana kedai ayam geprek yang gombal, yang biasa saja, dan yang luar biasa,” tandas Puspo sambil tersenyum.

3. Jenis produk yang ditawarkan

Pada tabel dibawah ini terdapat jenis produk yang ditawarkan oleh Ayam Penyet Surabaya yaitu produk makanan dan minuman:

Tabel 4.1
Makanan

No.	Daftar Nama	Harga
1	Ayam Penyet	Rp. 16.000,00
2	Ayam Bakar	Rp. 16.000,00
3	Nasi Uduk Ayam Penyet	Rp. 17.000,00
4	Nila Bakar	Rp. 18.000,00
5	Bawal Goreng	Rp. 22.000,00
6	Ayam Goreng Lombok Ijo	Rp. 16.000,00
7	Gurami Penyet	Rp. 20.000,00
8	Udang Balado	Rp. 19.000,00
9	Cumi Goreng Tepung	Rp. 19.500,00

Sumber : www.ayampenyetsurabaya.com

Minuman

No.	Daftar Nama	Harga
1	Lidah Buaya Lemon	Rp. 15.000,00
2	Lidah Buaya Cocopandan	Rp. 12.000,00
3	Soda Gembira	Rp. 17.000,00
4	Juice Tomat	Rp. 11.000,00
5	Es Buah	Rp. 16.000,00
6	Juice Alpukat	Rp. 12.000,00
7	Juice Sirsak	Rp. 13.000,00
8	Juice Mangga	Rp. 12.000,00
9	Juice Wortel	Rp. 11.000,00
10	Juice Semangka	Rp. 11.000,00
11	Juice Melon	Rp. 11.000,00
12	Es Campur	Rp. 16.000,00
13	Milshake Orange	Rp. 15.000,00
14	Milshake Strawberry	Rp. 15.000,00
15	Milshake Melon	Rp. 15.000,00
16	Teh Manis Panas	Rp. 3.500,00

17	Es Teh Manis	Rp. 3.500,00
18	The Tarik	Rp. 12.000,00
19	Es Jeruk	Rp. 9000,00

Sumber : www.ayampenyetsurabaya.com

4. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi Perusahaan

Perusahaan Islami yang menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar dimana Ayam Penyet Surabaya berada.

b. Misi Perusahaan

Memenuhi kebutuhan pelanggan akan konsumsi yang bergizi tinggi, higienis, aman bagi kesehatan pelanggan dan halal.

Sumber : www.ayampenyetsurabaya.com

B. Respon Konsumen dan Produsen (pelaku usaha) terhadap Penerapan Sertifikasi Produk Halal LP POM-MUI dan Implikasi Hukumnya

1. Respon Konsumen

Diskursus mengenai respon masyarakat terhadap penerapan sertifikasi produk halal LP POM-MUI pada dasarnya selalu berkaitan dengan sistem penerapan hukum yang melingkupinya. Berikut adalah respon yang dikatakan oleh salah satu konsumen Ayam Penyet Surabaya dan Super Geprek “Kalau menurut saya malah bagus ya fatwa MUI tersebut karena dengan kewajiban tersebut bisa terjamin produk yang beredar sudah dapat izin dari pemerintah dan dari segi proses nya juga kita tidak meragukan lagi, jadi saya sebagai konsumen setuju dengan kewajiban penetapan sertifikat halal dari MUI”. Dari respon diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen Ayam Penyet Surabaya dan Super Geprek sangat merespon dengan baik dengan adanya undang-undang yang mewajibkan pelaku usaha untuk bersertifikat halal.

Penerapan hukum hakikatnya adalah penyelenggaraan pengaturan hubungan hukum terhadap setiap kesatuan hukum dalam suatu masyarakat hukum. Pengaturan ini meliputi aspek pencegahan pelanggaran hukum (*regulation aspect*), penyelesaian sengketa hukum (*settlement of dispute*), hingga pemulihan kondisi atas kerugian akibat pelanggaran hukum (*reparation or convensation*). Komponen itu merupakan kunci akhir dari proses perwujudan sistem hukum yang efektivitasnya dapat diketahui melalui komponen akhir dari suatu sistem hukum. Mengingat pentingnya perhatian terhadap persoalan halal haram, kehalalan suatu produk menjadi perhatian dan pengaturan yang serius dari *Codex*, yaitu sebuah organisasi dunia yang mengatur sistem perdagangan internasional (Sakr, 1996). Kehalalan produk makanan, minuman, obat dan kosmetika serta produk lainnya, dengan demikian bukan saja menjadi masalah internal umat islam. Akan tetapi, isu ini telah menjadi bagian penting dalam sistem produksi dan perdagangan internasional. Berdasarkan kenyataan tersebut, kini negara-negara produsen walaupun bukan negara yang berpenduduk muslim telah menerapkan sistem produksi halal untuk memenuhi pangsa pasar ekspornya. Oleh karena itu, Indonesia sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia perlu memacu diri dalam mengembangkan manajemen dan jaminan produk halal, bahkan diharapkan menjadi pelopor terdepan bagi negarainegara lain (RI, 2003)

2. Respon Produsen

Dilihat dari respon pelaku usaha terhadap pelaksanaan sertifikasi produk halal dan implikasinya, sangat penting. Sebagaimana yang dikatakan oleh pak kuncoro manager Ayam Penyet Surabaya mengatakan “Kalau saya pribadi sangat setuju apalagi untuk ayam penyet ini karena dari MUI sendiri dan para ulama sudah ada kesepakatan atau mubes tentang regulasi standarisasi dari tingkat kehalalan produk tersebut, jadi untuk regulasi tersebut

saya sangat setuju tidak ada keraguan lagi”. Dari pelaku usaha Ayam Penyet Surabaya diatas sangat setuju dengan adanya sertifikasi halal karena sangat penting untuk menjamin kehalalan produk. Kemudian yang dikatakan oleh manager super geprek “Kalau tanggapan dari kita sih mungkin ya kalau kita bisa ya kita ikuti selama itu poses nya baik ya saya setuju, ya mungkin MUI itu arahan dari pemerintah juga ya untuk membedakan warung makan yang halal yang muslim dan non muslim, jadi kalau dari kita insyaallah setuju dan mendukung”. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa manager super geprek juga setuju dengan adanya sertifikasi halal.

Berikut ini juga beberapa respon produsen terhadap sertifikasi halal LP POM-MUI yang diungkapkan sesuai cara pandang masing-masing:

Pertama, salah seorang staf PT Alfabet Cahaya Dunia, Siswanto. Alphabet adalah sebuah perusahaan catering di Jakarta yang telah bersertifikat Halal dari LP POM-MUI. Menurutnya, terjadi penambahan jumlah pesanan yang cukup tajam antara sebelum dengan sesudah produk bersertifikat halal dan dan semakin mendapat kan kepercayaan dari masyarakat (Wawancara, Wawancara PT Alfabet Cahaya Dunia dengan Siswanto, 2008).

Kedua, Abdur Rouf, pemilik usaha Azyza Catering di Jepara mengaku sedang mengajukan proses sertifikasi halal di LP POM-MUI untuk meyakinkan konsumennya yang rata-rata muslim. Baginyta, sertifikasi halal merupakan bukti meyakinkan bahwa suatu produk layak dipercaya sebagai produk halal. Di samping itu, dengan dimilikinya sertifikasi halal, perasaannya selaku produsen menjadi lebih nyaman secara hukum dan agama (Wawancara, Wawancara Azyza Catering dengan Abdur Rouf, 2009).

Ketiga, sertifikasi halal dimaknai sebagai amanat Undang-Undang Pangan No. 7 Tahun 1996 dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan karenanya harus dijalankan. Hal ini sebagaimana ditunjukkan Chairuddin Ahmad Sukri, Senior Product Manager

PT. Wyeth Indonesia, sebuah perusahaan pelopor dalam produksi susu formula bayi dengan berbagai pengembangan, seperti pengembangan protein *whey dominan* yang mirip dengan protein dalam ASI (LPPOM, 2007).

Keempat, sertifikasi halal direspon dengan mengoptimalkan Sistem Jaminan Halal (SJH) di perusahaan. Misalnya seperti ditunjukkan PT Quindofood yang sudah menerapkan komitmen tinggi dimana kualitas merupakan hal yang paling utama. Setiap produk yang dihasilkan harus diproses sesuai standar perusahaan dan harus halal. Manual mutu halal di perusahaan diterapkan mulai dari atas hingga bawah. Sistem Jaminan Halal di perusahaan tersebut merupakan respons produsen atas sertifikasi halal yang dipandang menguntungkan. Keuntungan yang dirasakan oleh perusahaan adalah kepercayaan konsumen berpengaruh pada aspek penjualan. Adanya sertifikat dan label halal menyebabkan penjualan meningkat. Jauh lebih mudah masuk ke retail daripada tidak ada tanda halalnya. Sistem Jaminan Halal yang diterapkan sebuah perusahaan merupakan sebuah komitmen perusahaan tersebut dalam merespons sertifikasi halal yang dimilikinya.

C. Analisis Respon Pelaku Usaha (Ayam Penyet Surabaya) dan (Super Geprek) Terhadap Kewajiban Penetapan Sertifikasi Halal

Menurut Djalaludin Rakhmat, respon adalah suatu kegiatan (activity) dari organisme itu bukanlah semata-mata suatu gerakan yang positif, setiap jenis kegiatan (activity) yang ditimbulkan oleh suatu perangsang dapat juga disebut respon. Secara umum respon atau tanggapan dapat diartikan sebagai hasil atau kesan yang didapat (ditinggal) dari pengamatan tentang subjek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan-pesan (Rahmat, Psikologi Komunikasi, 1999).

Menurut Soenarjo, istilah respon dalam komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang diharapkan memunyai hasil atau setelah komunikasi dinamakan

efek. Suatu kegiatan komunikasi itu memberikan efek berupa respon dari komunikasi terhadap suatu pesan yang dilancarkan oleh komunikator (Soenarjo, Himpunan Istilah Komunikasi, 1983).

Ahmad Subandi mengemukakan respon dengan istilah balik (feedback) yang memiliki peranan atau pengaruh yang besar dalam menentukan baik atau tidaknya suatu komunikasi (Subandi, 1982). Dengan adanya respon yang disampaikan dari komunikan kepada komunikator maka akan menetralkan kesalahan penafsiran dalam sebuah proses komunikasi.

Sedangkan menurut Poerdawarminta, respon diartikan sebagai tanggapan, reaksi dan jawaban. Respon akan muncul dari penerimaan pesan setelah terjadinya serangkaian komunikasi (Poerdawarminta, 1999).

Para ahli dalam menafsirkan respon antara satu dan lainnya berbeda. Tetapi walaupun para ahli berbeda-beda dalam mendefinisikan tanggapan, kesemuanya memiliki titik kesamaan.

Faktor Terbentuknya Respon dapat terjadi jika terpenuhi faktor penyebabnya. Hal ini perlu diketahui supaya individu yang bersangkutan dapat menanggapi dengan baik. Pada proses awalnya individu mengadakan tanggapan tidak hanya dari stimulus yang ditimbulkan oleh keadaan sekitar. Tidak semua stimulus yang ada persesuaian atau yang menarik darinya. Dengan demikian maka akan ditanggapi adalah individu tergantung pada stimulus juga bergantung pada keadaan individu itu sendiri.

Dengan kata lain, stimulus akan mendapatkan pemilihan dan individu akan bergantung pada 2 faktor, yaitu :

a. Faktor Internal

Faktor Internal yaitu faktor yang ada dalam diri individu manusia itu sendiri dari dua unsur yakni rohani dan jasmani. Seseorang yang mengadakan tanggapan terhadap stimulus tetap dipengaruhi oleh eksistensi kedua unsur tersebut. Apabila terganggu salah satu unsur saja, maka akan melahirkan hasil

tanggapan yang berbeda intensitasnya pada diri individu yang melakukan tanggapan atau akan berbeda tanggapannya tersebut antara satu orang dengan orang lain. Unsur jasmani atau fisiologis meliputi keberadaan, keutuhan dan cara kerja atau alat indera, urat syaraf dan bagian-bagian tertentu pada otak. Unsur-unsur rohani dan fisiologisnya yang meliputi keberadaan dan perasaan (feeling), akal, fantasi, pandangan jiwa, mental, pikiran, motivasi, dan sebagainya.

b. Faktor Eksternal

Faktor Eksternal yaitu faktor yang ada pada lingkungan. Faktor ini intensitas dan jenis benda perangsang atau orang menyebutnya dengan faktor stimulus. Bimo walgito dalam bukunya menyatakan bahwa faktor psikis berhubungan dengan objek menimbulkan stimulus dan stimulus akan mengenai alat indera (Walsito, 1999).

Istilah respon dalam komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang diharapkan mempunyai hasil atau dalam setelah komunikasi dinamakan efek. Suatu kegiatan komunikasi itu memberikan efek berupa respon dari komunikasi terhadap pesan yang dilancarkan oleh komunikator. Menurut Steven M. Chafe respon dibedakan menjadi tiga bagian (Rahmat, 1999):

- a. Kognitif (*the cognitive component*): yang dimaksud dengan respon kognitif adalah respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan keterampilan dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Respons ini timbul apabila adanya perubahan terhadap yang dipahami atau di persepsi oleh khalayak.
- b. Afektif (*the affective component*): yang dimaksud dengan respon afektif adalah respon yang berhubungan dengan emosi, sikap dan menilai seseorang terhadap sesuatu. Respons ini ini timbul apabila ada perubahan yang disenangi oleh khalayak terhadap sesuatu.

- c. Konatif (*the conative component*): yang dimaksud dengan respon konatif (Psikomotorik) adalah respon yang berhubungan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan atau perbuatan

Pada bagian ini, penyusun menguraikan tentang bagaimana respon yang dikeluarkan oleh pelaku usaha tentang sertifikasi halal berdasarkan undang-undang MUI dan bagaimana manfaat sertifikasi halal yang didapat setelah bersertifikat halal. Dengan dimaksudkan untuk mengetahui respon yang dikeluarkan oleh pelaku usaha dan manfaat sertifikasi halal setelah bersertifikat halal. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari wawancara dan dokumentasi, respon pelaku usaha terhadap sertifikasi halal dan manfaat yang didapat antara lain:

1. Respon Kognitif

Respon kognitif adalah respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan keterampilan dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Respons ini timbul apabila adanya perubahan terhadap yang dipahami atau di persepsi oleh khalayak. Pada tahap ini menerangkan tentang respon yang berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan informasi tentang sertifikasi halal.

Dalam konteks pengetahuan respon yang diambil adalah seberapa tahu responden mengenai sertifikasi halal dari segi logo yang terdapat pada kemasan kemudian mengenai regulasi MUI tentang sertifikasi halal dan manfaat yang didapat setelah bersertifikat halal, Dari hasil wawancara pada 3 responden terdapat beberapa perbedaan

a. Regulasi MUI

Adapun dari hasil wawancara mengenai regulasi MUI ada beberapa perbedaan sebagaimana wawancara yang dilakukan oleh penyusun kepada pak Kuncoro (Manager Ayam Penyet Surabaya) mengatakan “*kalau dari MUI sendiri mungkin saya belum begitu faham regulasinya akan tetapi sepengetahuan saya bahwa regulasi sertifikasi*

halal adalah setiap produk atau makanan yang diperjual belikan seenggaknya harus memperhatikan mutu dari kualitasnya dengan kata lain harus mengikuti regulasi yang dibuat oleh MUI". Pak Didik (Manager Super Geprek) juga mengatakan "Mungkin kalau sepengetahuan saya mungkin regulai MUI itu sebagai ring atau jembatan kalau kita mau mengonsumsi itu harus halalan toyiban biar jelas orang muslim ga sembarang makan, nanti klo ngga bersertifikat halal kita ngga tahu malah kebalikannya yang kita makan daging apa dan halal atau tidak". Sedangkan saudari Lisa (Konsumen) mengatakan "Kalau dari saya regulasi MUI itu adalah peraturan-peraturan atau kewajiban yang dikeluarkan oleh MUI untuk mewajibkan seluruh produk yang beredar termasuk produk makanan penyet dan geprek ini untuk bersertifikat halal, jadi biar kelihatan mana yang bersertifikat halal atau tidak".

Dari hasil wawancara ketiga responden diatas dapat disimpulkan bahwa ketiga responden tersebut mengatakan regulasi MUI tentang sertifikasi halal adalah regulasi yang dibuat MUI untuk menyatakan produk makanan tersebut halal atau tidak nya terlebih lagi dengan ayam penyet Surabaya dan super geprek. Sesuai dengan masalah yang ada, sikap MUI meminta supaya pencantuman sertifikat halal pada kemasan produk menjadi suatu kewajiban bagi produsen makanan, bukan hanya upaya sukarela saja. Selain dalam rangka memuaskan pihak konsumen, namun di lain sisi juga dapat menaikkan mutu produk mereka di pasaran local dan internasional. Dengan memiliki sertifikat dan tanda halal dapat menjadi standar ukuran kualitas mutu produk makanan bagi produsen. Harapan konsumen adalah agar setelah melihat label dapat mempersepsikan apakah produk tersebut sesuai dengan keinginan dan aman untuk di konsumsi, dan juga tidak melanggar norma maupun ajaran kepercayaan (agama). seperti di negara-negara berpenduduk mayoritas

muslim, mereka membutuhkan informasi tentang halal dan tidaknya produk tersebut sebelum dikonsumsi.

Label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Sebelum produsen memberikan label halal pada kemasan produk makanannya, maka harus mendapatkan sertifikat halal dulu dari lembaga yang berwenang dan hingga saat ini satu-satunya lembaga yang diakui oleh negara dan berwenang mengeluarkan sertifikat halal bagi produk makanan yang memenuhi persyaratan adalah LPPOM-MUI, yang sebelumnya melakukan audit produk secara menyeluruh dan hasilnya di sosialisasikan melalui fatwanya. Adapun fatwa produk halal adalah fatwa yang ditetapkan oleh Komisi Fatwa MUI mengenai produk makanan, minuman, obat, kosmetika dan produk lainnya (Pembinaan Pangan Halal Dan Penyelenggaraan Haji Departemen Agama, 2003). (Maryati, 2016)

b. Penerapan Logo

Selanjutnya dari hasil wawancara mengenai penerapan logo harus bersertifikasi halal dulu atau tidaknya pada kemasan produk ayam penyet dan super geprek terdapat persamaan yang dikatakan oleh ketiga responden, sebagaimana logo halal adalah bukti dari MUI untuk pelaku usaha yang telah menggunakan sertifikat halal. dari ketiga responden yang merespon hal ini adalah yang pertama pak kuncoro (Manager Ayam Penyet Surabaya) mengatakan *“kalau menurut saya itu kalau dari MUI sekarang kan tau nya sudah ada gambar halal nya jadi sebenarnya tidak boleh mencantumkan logo halal sebelum bersertifikat halal, pada kenyataannya mungkin mereka berasumsi artinya dari pedagang tersebut mereka hanya memasang logo halal yang biasa jadi ga resmi dari MUI akan tetapi pedagang tersebut harus jujur”*. Pak didik juga mengatakan

(Manager Super Geprek) *“itu kalau dari kita iya harus bersertifikat halal terlebih dahulu, kemaren udah sempet kita proses tapi yang ayam penyot Surabaya dulu jadi kemarin dari supplier supplier di minta artinya harus ada sertifikat halal terlebih dahulu sebelum mencantumkan logo halal pada kemasan”*. Setuju dengan perkataan pak Didik lalu saudari Lisa (konsumen) juga mengatakan *“Kalau menurut saya sih ga boleh mencantumkan logo halal sebelum bersertifikat halal, seharusnya ada izin terlebih dahulu dari MUI dan sudah bersertifikat halal baru boleh mencantumkan logo halal pada kemasan produk”*.

Dari paparan wawancara diatas, ketiga responden setuju bahwa jika mencantumkan logo halal pada kemasan harus mendapat izin terlebih dahulu dan yang terpenting adalah bersertifikat halal terlebih dahulu.

Dengan terbitnya KMA Nomor 519/2001 tersebut mengukuhkan LPPOM MUI menjadi satu-satunya lembaga yang menjadi rujukan dan memiliki otoritas dalam pemeriksaan dan pemberian sertifikasi halal di Indonesia. Keputusan tersebut berlaku sejak 31 November 2001 sampai sekarang. Sertifikat produk halal menjadi syarat untuk mencantumkan label halal. Ini artinya sebelum pelaku memperoleh izin untuk mencantumkan label halal atas produk pangan, terlebih dahulu mesti mengantongi sertifikat produk halal yang diperoleh LPPOM MUI (Pasal 4 Nomor 519 Tahun 2001)

Sebagai penanda terhadap produk yang telah dinyatakan halal, LPPOM MUI telah menetapkan logo halal standar terhadap produk yang telah memiliki sertifikat halal sebagaimana dituangkan dalam Surat Keputusan Direktur LPPOM MUI No. SK10/Dir/ LP POM MUI/XII/07 tentang Logo LPPOM MUI. Sayangnya logo standar yang ditetapkan LPPOM MUI pada level implementasi dimaknai berbeda-beda oleh pelaku usaha sehingga di pasaran mudah sekali ditemukan bentuk dan

jenis logo halal pada produk pangan yang beredar di pasaran tetapi bentuk, ukuran, dan penempatannya tidak sama. Kenyataan ini tentu saja berpotensi membingungkan konsumen. Hal ini dapat dipahami karena adanya multiinterpretasi bersumber dari kebijakan LPPOM MUI sendiri dengan tidak memberikan acuan dan ketentuan secara ketat dalam memformulasikan syarat dan standar pencantuman logo. Dalam No. SK10/Dir/LP POM MUI/XII/07 tentang Logo LPPOM MUI misalnya tidak ditemukan penjelasan tentang ukuran logo, ukuran dan jarak garis tepi lingkaran dalam dengan garis tepi lingkaran luar, jenis huruf (font), warna logo yang harus dipasang/ditempel, posisi penempatan nomor sertifikat oleh pelaku usaha pada produk yang akan mereka pasarkan. Pengaturan teknis dan rigid ini penting agar pelaku usaha lebih disiplin dan konsumen memperoleh kepastian hukum (Peraturan Menteri Perdagangan , 2015).

c. Manfaat Sertifikat Halal

Sedangkan jika dilihat dari manfaat yang didapat setelah bersertifikat halal itu bermacam-macam tergantung orang itu sendiri yang menilai dari manfaat yang didapat, tentu ada manfaat yang didapat setelah bersertifikat halal karena sertifikasi halal merupakan jembatan untuk ummat islam dalam mengetahui produk tersebut dapat dikatakan halal atau tidak, dari ketiga responden yang di wawancarai yang pertama yaitu pak Kuncoro (Manager Ayam Penyet Surabaya) mengatakan *“Manfaat nya insyaallah kalau yang sudah dirasakan kalau kita makan yang halal itu itu berpengaruh terhadap diri kita tubuh sehat jasmani dan rohani dan juga kalau dari rezeki itu insyaallah barokah”*. Sedangkan pak Didik (Manager Super Geprek) mengatakan *“Manfaat sertifikasi halal mungkin yang terpenting itu adalah sebagai pedoman bahwa warung makan ini halal sesuai dengan syari`at agama islam*

insyaallah". Dan saudari Lisa (Konsumen) mengatakan "*Manfaat adanya sertifikasi halal adalah kita jadi tahu makanan yang halal yang sudah mendapatkan sertifikasi halal dari MUI jadi aman untuk dikonsumsi, selain itu juga kita tahu bahwa makanan yang sudah bersertifikat halal itu dibuat dengan bahan-bahan yang halal juga yang telah ditentukan kehalalannya*".

Dari hasil wawancara diatas dapat penyusun analisis bahwa manfaat yang didapat setelah bersertifikat halal itu bermacam-macam sehingga tergantung orang itu sendiri yang mengartikan manfaat apa yang didapat setelah bersertifikat halal.

Selanjutnya setelah membahas respon kognitif yang berkaitan dengan pengetahuan maka penyusun akan membahas lebih lanjut mengenai respon kognitif yang berhubungan dengan keterampilan yang meliputi prospek kedepannya tentang sertifikasi halal dan hambatan yang sering terjadi dalam prosedur mendapatkan sertifikasi halal. Pada wawancara ini penyusun juga melakukan wawancara kepada 3 responden dengan respon yang sama dalam prospek kedepan tentang sertifikasi halal yang tentu nya akan lebih baik.

d. Prospek kedepan mengenai Sertifikat Halal

Adapun dari hasil wawancara mengenai prospek kedepannya tentang sertifikasi halal yaitu sepakat bahwa sertifikasi halal kedepannya akan lebih baik sebagaimana wawancara yang dilakukan oleh penyusun kepada pak Kuncoro (Manager Ayam Penyet Surabaya) mengatakan "*Insyallah sertifikasi halal kedepannya semakin bagus malah jadi dari konsumen sendiri menyikapi produk-produk yang sudah berlabel MUI halal jadi customer itu jadi lebih yakin dan tidak khawatir lagi untuk memakan dan menikmati makanan yang kita tawarkan*". Sejalan yang dikatakan oleh pak Kuncoro lalu pak Didik (Manager Super Geprek)

menjelaskan “*Ya insyaallah kedepannya sertifikasi halal akan maju, kita selalu berfikir positif karna kan basic kita juga islami disamping kita harus halal karyawan nya juga pakai hijab dan disini juga pegawai super geprek itu memakai amaliyah yaitu dengan menjalankan rutinitas sehari-hari yaitu shalat 5 waktu bahkan yang sunnah pun diajarkan juga disini*”. Didukung juga dengan penjelasan dari saudari Lisa “*Kalau menurut saya sertifikasi halal ini kedepannya akan maju dan harus nya mengikuti prosedur yang ada malahan kan MUI memberikan arahan yang baik kepada pelaku usaha, jika pelaku usaha tersebut telah mendapatkan sertifikasi halal maka konsumen pun akan percaya dan produk tersebut akan terjamin kehalalannya*”.

Dari hasil wawancara diatas, penulis dapat menganalisis bahwa untuk prospek kedepannya tentang sertifikasi halal ini akan maju karena sertifikasi halal ini mempengaruhi pembelian konsumen. Selain itu dengan adanya sertifikasi halal akan maju untuk kedepannya apalagi untuk seorang pengusaha karena sertifikasi halal akan membuat konsumen percaya bahwa produk yang dikonsumsi sudah bersertifikat halal. Pada dasarnya sertifikasi halal tidak cuma menguntungkan konsumen tetapi juga produsen. Dengan produk halal maka kepercayaan dan loyalitas konsumen akan meningkat. Selain itu, jika produk itu halal maka pasarnya bisa menjangkau semua kalangan, baik Muslim maupun non Muslim.

e. Hambatan mendapatkan Sertifikat Halal

Proses pengajuan sertifikat halal berdasarkan ketentuan dari LPPOM-MUI saat ini, pelaku usaha harus memahami persyaratan sertifikasi halal dan mengikuti pelatihan sistem jaminan halal serta menerapkannya, melengkapi dokumen: daftar produk, daftar bahan dan dokumen bahan, matriks produk, manual sistem jaminan halal, diagram

alir proses, daftar alamat fasilitas produksi, bukti sosialisasi kebijakan halal, bukti pelatihan internal dan bukti audit internal, melakukan pendaftaran sertifikasi halal, melakukan monitoring pre-audit dan pembayaran akad sertifikasi, pelaksanaan audit, melakukan monitoring pasca audit, memiliki izin edar PIRT/ MD, memiliki izin edar MD untuk produk yang beresiko tinggi. Seluruh persyaratan tersebut dapat disiapkan oleh pelaku usaha kecuali izin edar MD dari BPOM dan IUI/IUMK dari BPPTPM/Kecamatan. Dari hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada responden tentang hambatan yang terjadi dalam mendapatkan sertifikasi halal terdapat beberapa respon yang berbeda, pertama hasil wawancara dari pak Kuncoro mengatakan *“Kalau hambatan saya kurang begitu faham karna untuk pengajuan sendiri itu langsung dari pusat nya yang mengurus sertifikasi halal”*. sedangkan pak Didik mengatakan *“Hambatannya dari kita mungkin proses-prosesnya itu dari supplier terkendala mungkin klo dari supplier juga tergantung biaya juga yak lo mau mengurus kan dengan dinas proses yang agak lama disitu, dari kita syarat untuk ke supplier itu mudah tapi dari supplier ke dinas itu yang agak lama”*.

Setelah mendapatkan respon dari responden penyusun dapat menganalisis bahwa hambatan yang terjadi itu kebanyakan dari proses mendapatkan sertifikasi halal itu sendiri, karena jika ingin mendapatkan sertifikasi halal bukan hanya berkas-berkas atau surat saja akan tetapi biaya untuk sertifikat halal pun harus ada.

Untuk memberikan jaminan akan kehalalan suatu produk kepada masyarakat perlu adanya pengawasan yang ketat dan law enforcement. Karena seringkali terjadi produsen yang nakal mengganti bahan baku yang sudah diperiksa dan diaudit kehalalannya dengan bahan baku lain yang berbeda. Atau bahkan mencantumkan label halal padahal

belum pernah ditetapkan kehalalannya. Oleh karena itu pengawasan dan penindakan bagi pelanggar harus ditegakkan. Untuk mengetahui informasi tentang sertifikasi halal pun sangat penting karena informasi akan berpengaruh pada sertifikasi halal yang telah ada pada produk, terlebih mengenai keuntungan sertifikasi halal itu apa kemudian dari mana informasi sertifikasi halal didapat, masa berlaku sertifikasi halal dan lain-lain. Pada tahap informasi ini ada beberapa pertanyaan yang ditanyakan penyusun kepada responden yaitu mengenai informasi tentang sertifikat halal yang didapat pelaku usaha dari mana, masa berlaku sertifikasi halal dan keuntungan adanya sertifikasi halal.

f. Keuntungan Sertifikat Halal

Dengan adanya informasi yang bermacam-macam tentang sertifikasi halal, penyusun membahas informasi tentang keuntungan sertifikasi halal dengan wawancara ke beberapa responden sebagaimana yang dikatakan oleh pak Kuncoro (Manager Ayam Penyet Surabaya) *“Keuntungan dari sertifikasi halal alhamdulillah yang kita rasakan dari konsumen dari customer itu juga bisa menilai dari kehalalan ayam penyet ini sendiri halalannya toyyiban tersebut mungkin mereka lebih memilih yang bersertifikat halal dan mau berlangganan jadi rasanya itu aman karena kehalalannya dan sertifikasi halal juga berpengaruh terhadap minat konsumen”*. Dan disisi lain beberapa keuntungan sertifikasi halal bagi produsen antara lain: (1) Memiliki USP (Unic Selling Point). (2) Meningkatkan kepercayaan konsumen atas produk yang dikeluarkannya. (3) Kesempatan untuk meraih pasar pangan halal global yang diperkirakan sebanyak 1,4 milyar Muslim dan jutaan non Muslim lainnya. (4) Sertifikasi halal adalah jaminan yang dapat dipercaya untuk mendukung klaim pangan halal. (5) 100 %

keuntungan dari market share yang lebih besar tanpa kerugian dari pasar/klien non Muslim. (6) Meningkatkan marketability produk di pasar/negara Muslim. (7) Investasi berbiaya murah dibandingkan dengan pertumbuhan revenue yang dapat dicapai. (8) Peningkatan citra produk. Didukung juga dengan apa yang dikatakan oleh pak Didik *“Untuk keuntungan sendiri alhamdulillah dengan adanya sertifikat halal ini para konsumen percaya bahwa makanan penyet yang dimakan itu sudah terjamin kehalalannya, selain itu juga keuntungan dari adanya sertifikasi halal ini juga dapat membawa minat konsumen untuk kesini”*. Lalu saudari Lisa (konsumen) pun menambahkan *“Untuk kenuntungan dari sertifikasi halal ini alhamdulillah saya sebagai konsumen ayam penyet dan super geprek percaya bahwa makanan yang saya makan sudah terjamin kehalalannya dan saya makan pun merasa aman-aman saja tanpa adanya rasa khawatir apakah makanan yang saya makan halal atau tidak”*.

Dari paparan wawancara diatas penyusun dapat menganalisis bahwa keuntungan dengan adanya sertifikasi halal ada pada kepercayaan konsumen dalam mengonsumsi makanan tanpa adanya rasa khawatir untuk memakannya, ini sangat menguntungkan bagi pelaku usaha yang telah memiliki sertifikasi halal. Halal dan baik merupakan dua unsur yang tidak dapat dipisahkan dalam pangan yang kita konsumsi. Halal merupakan pemenuhan dari segi syariat dan “baik” dari segi mutu, kesehatan, gizi dan organoleptik. Untuk menyediakan makanan yang baik, berbagai sistem dan peraturan dari MUI telah distandarkan dan diimplementasikan. Mengonsumsi pangan haram akan memberikan banyak dampak yang tidak baik bahkan sangat tidak baik bukan hanya menimbulkan penyakit secara fisik melainkan juga penyakit secara mental/spritual. Konsumsi pangan tidak halal merupakan dosa pertama

yang dilakukan oleh nenek moyang manusia (Nabi Adam As.) yang menyebabkannya dikeluarkan dari surga. Selain itu juga konsumsi pangan tidak halal mengakibatkan doa tidak diterima, ibadah ditolak oleh Allah Swt dan susah taat serta senang maksiat.

g. Informasi Sertifikat Halal

Terkait datangnya informasi itu dari mana sangat penting karena sumber awal dari informasi tersebut yang mempengaruhi informasi lainnya, informasi sertifikasi halal sangat penting untuk diketahui dari mana datangnya. Pada kali ini penyusun mengadakan wawancara kepada beberapa responden yang pertama yaitu pak Kuncoro mengatakan *“Kalau saya pribadi mungkin dari sini ya saya tahu dari sini kalau dari manajemen juga ada”*. Sedangkan pak Didik mengatakan *“Saya tahu sertifikasi halal juga dari sini karena memang super geprek ini bersertifikat halal, ada juga dari pusat nya biasanya kalau dari pusat itu kita minta sertifikasi halal karena kana da juga yang brand nya banyak kemudian sertifikat halalnya di pusatkan jadi yang cabang minta ke pusat”*. Saudari Lisa juga mengatakan *“saya dapat informasi sertifikat halal malah awalnya liyat logo MUI di kemasan makan trus abis itu saya cari di internet tentang logo MUI di kemasan langsung ketemu akhirnya saya baca-baca sedikit banyak nya saya tahu sertifikasi halal dari situ saya tahu bahwa sebelum ada logo halal MUI dikemasan itu harus ada sertifikat halal dulu”*. Dari paparan wawancara diatas penyusun dapat menganalisis bahwa kebanyakan informasi didapat dari pelaku usaha nya sendiri karena memang sertifikasi halal itu harus ada pada pelaku usaha agar dipercaya oleh konsumen.

Inti dari sertifikasi halal pada dasarnya ialah menyatakan kehalalan sebuah produk yang dicantumkan dalam sertifikat dengan menyebutkan tanggal mulai berlaku hingga batas waktu berakhirnya

sertifikat itu sendiri. Sertifikat halal memuat informasi penting tentang kehalalan bahan baku, bahan tambahan/ penolong dan atau jenis makanan yang telah diteliti kehalalannya berikut masa berlaku sertifikat itu sendiri (Amin, 2008)

Pemerintah telah merespon pentingnya sertifikasi halal dan pencantuman tanda/label halal pada produk (labelisasi halal) melalui beberapa generasi. Akan tetapi, regulasi ini masih terkesan sectoral dan parsial, bahkan inkonsisten. Hal itu, terlihat dalam mencermati Undang-undang RI Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan menggantikan Undang-Undang Pangan Nomor 7 Tahun 1996. Pada pasal 97-nya terutama ayat (3) huruf e dan juga penjelasannya; Undang-Undang RI Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 8 ayat (1) huruf h, Peraturan Pemerintah RI Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan terutama pada Pasal 10 dan 11; Dan instruksi presiden RI Nomor 2 Tahun 1991 tentang Peningkatan Pembinaan dan Pengawasan Produksi dan Peredaran Makanan Olahan, Piagam Kerjasama Depkes, Depag dan MUI tentang Pelaksanaan Pencantuman Label “Halal” pada makanan, serta Kesimpulan Mudzakah Nasional tentang Alkohol dalam Produk Makanan (LPPOM MUI, 2013).

h. Masa berlaku Sertifikat Halal

Proses sertifikasi dilakukan sendiri oleh MUI. Sementara izin label halal pada kemasan pangan diberikan oleh Departemen Kesehatan (Depkes) c.q. Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM). Model semacam ini menyebabkan terjadinya dualisme dalam pengurusan sertifikat dan label halal. Sehingga produk yang sudah mendapatkan sertifikat halal dari MUI masih harus diperiksa lagi oleh BPOM guna mendapatkan izin penggunaan logo halal. Batas masa berlakunya sertifikasi halal telah ditentukan oleh MUI sehingga jika produk yang

sertifikat halal nya telah kadaluarsa harus diperpanjang kembali, dalam hal ini penyusun mengadakan wawancara kepada beberapa responden yang pertama pak Kuncoro mengatakan *“setau saya masa berlaku sertifikasi halal itu 2 tahun, yang saya denger dari peraturan MUI itu masa berlaku nya sertifikasi halal itu 2 tahun, sebelum masa berlaku itu habis kita harus memperpanjang nya”*. Setuju dengan apa yang dikatakan pak Kuncoro maka Pak Didik pun mengatakan *“Masa berlaaku sertifikasi halal itu 2 tahun, jadi sertifikasi halal ini ada batas berlaku nya juga dari peraturannya sebelum 2 tahun kita harus memperpanjang nya”*. Didukung dengan perkataan saudari Lisa *“Saya baca-baca sih masa berlaku nya sertifikasi halal itu 2 tahun kalau ga salah, waktu bitu saya pernah baca dari internet masa berlaku nya 2 tahun dan harus memperpanjang nya lagi kalau masa berlaku nya habis”*. Dari hasil wawancara diatas dapat dianalisis bahwa masa berlaku sertifikasi halal itu 2 tahun dan sebelum masa berlaku nya habis maka harus diperpanjang kembali.

Sertifikat halal berlaku selama dua tahun, sedangkan untuk daging yang diekspor, sertifikat diberikan pada setiap pengapalan. Dalam rentang waktu tersebut, produsen harus bisa menjamin kehalalan produknya. Proses penjaminan dengan cara pengangkatan Auditor Halal Internal untuk memeriksa dan meng evaluasi Sistem Jaminan Halal (*Halal Assurance System*) di dalam perusahaan. Auditor Halal tersebut di syaratkan harus beragama Islam dan berasal dari bagian terkait dengan produksi halal. Hasil audit oleh auditor ini dilaporkan kepada LPPOM MUI secara periodik (enam bulan sekali) dan bila diperlukan LPPOM MUI melakukan inspeksi mendadak dengan membawa surat tugas.

2. Respon Afektif

Respon afektif adalah respon yang berhubungan dengan emosi, sikap dan menilai seseorang terhadap sesuatu. Respons ini ini timbul apabila ada perubahan yang disenangi oleh khalayak terhadap sesuatu. Pada tahap ini menerangkan tentang respon yang berhubungan dengan Emosi, Sikap dan Penilaian tentang sertifikasi halal.

Dalam konteks emosi respon yang diambil adalah tentang motivasi untuk mendapatkan sertifikat halal dan tindakan pelaku usaha jika sertifikat halal nya diragukan oleh konsumen , Dari hasil wawancara pada 3 responden terdapat beberapa perbedaan

Setiap pelaku usaha sedikit banyaknya menginginkan adanya sertifikasi halal pada produk nya karena dengan adanya sertifikasi halal maka konsumen akan percaya dengan produk tersebut. Bagi produsen, sertifikat halal mempunyai peran penting. *Pertama*, sebagai pertanggungjawaban produsen kepada konsumen muslim, mengingat masalah halal merupakan bagian dari prinsip hidup muslim; *kedua*, meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen; *ketiga*, meningkatkan citra dan daya saing perusahaan; *dan keempat*, sebagai alat pemasaran serta untuk memperluas area jaringan pemasaran; *dan kelima*, memberi keuntungan pada produsen dengan meningkatkan daya saing dan omzet produksi dan penjualan (Elmi, 2009).

a. Motivasi memiliki Sertifikat Halal

Lalu apa motivasi pelaku usaha ingin memiliki sertifikasi halal, penyusun membahas lebih lanjut mengenai motivasi pelaku usaha ini dengan mengadakan wawancara kepada beberapa responden yang pertama kepada pak Kuncoro yang mengatakan *“Yang pertama mungkin kita jujur, jujur dalam hal dari produk yang akan dijual harus terbuka jangan curang, ya kalau misalkan ada konsumen yang nanya tentang sertifikasi halal insyaallah kita jawab sebisa mungkin karna itu*

penting”. Sedangkan pak Didik mengatakan *“Ya alasan untuk bersertifikat halal yang pertama memang background kita islam jadi harus, kita juga sudah halalan toyyiban itu dari konsumen ada yang minta stiker, yang kedua untuk meyakinkan pelanggan bahwa kita udah ada sertifikat halal”*.

Dari hasil wawancara diatas penyusun dapat menganalisis bahwa terdapat macam-macam motivasi yang ada pada pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikasi halal, memang alasan utama dari harus adanya sertifikat halal yaitu untuk memberi kepercayaan kepada pelanggan agar tahu bahwa makanan yang mereka makan itu sudah bersertifikat halal.

b. Keraguan konsumen

Adapun dari hasil wawancara mengenai penanganan pelaku usaha jika sertifikasi halalnya diragukan oleh konsumen adalah pertama wawancara dilakukan kepada pak Kuncoro mengatakan *“Kalau mungkin, ya pernah sih ada yang menanyakan tentang sistem sertifikasi halalnya, insyaallah kita bisa jelaskan dari proses. Kita juga memilih dari supplier yang prosesnya memiliki sertifikasi halal sendiri terus dalam proses pengelolaan makanan tersebut dimasukkannya insyaallah disamping halal juga higienis juga sampe penyajian ke customer itu insyaallah aman”*. Didukung oleh penjelasan pak Didik yang mengatakan *“Kalau selama ini Cuma ada yang tanya juga tapi kita sampaikan aja klo kita insyaallah untuk proses kita itu insyaallah sesuai dengan syariat islam”*. Pada dasarnya sertifikasi halal ada untuk meyakinkan konsumen apakah makanan yang dikonsumsi halal atau tidak, tetapi ada sebagian konsumen yang bertanya bahwa konsumen tersebut meragukan sertifikasi halal tersebut. Bisa saja karena kebanyakan pelaku usaha memiliki sertifikat halal yang tidak resmi

dengan kata lain sertifikasi halal tersebut tidak dari MUI, bahkan sekarang ini banyak yang memalsukan logo halal pada kemasan produk yaitu dengan dibuat sendiri tanpa sepengetahuan dari MUI. Dengan permasalahan yang ada tersebut maka penulis mengadakan wawancara kepada konsumen Ayam Penyet Surabaya dan Super Geprek Jalan Kaliurang, yaitu adalah saudari lisa terkait tanggapannya tentang sertifikasi halal yang beredar. Saudari Lisa mengatakan *“Kalo saya sebagai konsumen insyaallah tidak meragukan sertifikasi halal yang ada pada Ayam Penyet Surabaya dan Super Geprek, karena pada dasarnya background kita sendiri islam dan mungkin dari Ayam Penyet Surabaya dan Super Geprek sendiri memiliki background yang sama, ga mungkin mereka memanipulasi sertifikasi halal. makannya saya sebagai konsumen percaya aja terhadap makanan apa yang saya makan”*.

Dari hasil wawancara diatas dapat dianalisis bahwa yang dilakukan pelaku usaha jika sertifikasi halal nya dilakukan itu menjelaskan kepada konsumen terkait prosesnya kemudian pengolahannya insyaallah sesuai dengan syariat islam agar konsumen tersebut mengerti tentang sertifikasi halal yang ada.

Selanjutnya setelah membahas respon Afektif yang berkaitan dengan emosi maka penyusun akan membahas lebih lanjut mengenai respon Afektif yang berhubungan dengan sikap yang meliputi sikap dengan adanya sertifikasi halal, bagaimana pelaku usaha meyakinkan konsumen agar yakin terhadap sertifikasi halal nya dan tentang tanggungjawab pelaku usaha terhadap sertifikasi halal yang dimiliki pelaku usaha tersebut.

c. Sikap pelaku usaha terhadap sertifikasi halal

Adapun hasil wawancara penyusun kepada responden mengenai sikap yang diambil terhadap sertifikasi halal itu sangat bagus

karena selama ini sertifikasi halal itu bukan sebagai beban untuk pelaku usaha itu sendiri. Adanya regulasi tentang sertifikasi halal sebuah produk baik makanan, obat-obatan maupun kosmetik merupakan bagian dari perlindungan terhadap konsumen khususnya yang beragama Islam bagitupun bagi pelaku usaha sertifikasi halal ini harus nya tidak menjadi beban untuk diterapkan, sebagaimana wawancara yang dilakukan oleh penyusun kepada responden yang pertama yaitu pak Kuncoro menjelaskan *“Alhamdulillah kalau jadi beban itu ngga ya, ya insyaallah disin juga orang-orang nya memahami semua dari karyawan dari yang masak itu sudah faham semua malah kita merasakan banyak sekali keuntungan sendiri yang didapat dari segi keramaian ya kalau ramai juga pegawai dapat bonus. Ya insyaallah kita semua dapat keuntungan ya dari customer juga”*. Setuju dengan apa yang dikatakan pak Kuncoro lalu pak Didik juga mengadakan *“Insyaallah ngga jadi beban karena kita kan background nya islam, jadi dari super geprek ini punya selogan hijrah iman jihad nah itu kan udah modal utama kita jadi kita ngga ada beban dengan adanya sertifikasi halal”*.

Dari hasil wawancara diatas dapat penyusun analisis bahwa sertifikasi halal itu sama sekali tidak menjadi beban bagi pelaku usaha bahkan menjadi keuntungan bagi pelaku usaha karena dengan adanya sertifikasi halal maka pegawai di pelaku usaha tersebut mendapatkan bonus dengan ramainya konsumen yang datang karena sudah bersertifikat halal. dari kedua responden pun sangat setuju jika adanya sertifikasi halal tersebut bukan lah beban yang ada pada pelaku usaha tersebut.

d. Cara meyakinkan konsumen

Selain sikap yang dirasakan dengan adanya sertifikasi halal ini, sikap pelaku usaha untuk meyakinkan konsumen juga sangat penting karena pada dasarnya konsumen adalah bagian paling penting dalam transaksi jual beli. Perlindungan atas konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam hukum Islam. Islam melihat sebuah perlindungan konsumen bukan sebagai hubungan keperdataan semata melainkan menyangkut kepentingan publik secara luas bahkan menyangkut hubungan antara manusia dengan Allah Swt. Akan tetapi motivasi konsumen untuk membeli suatu makanan itu salah satu nya tergantung dari penjual tersebut apakah pelayanannya bagus kemudian makanannya sudah aman dan atau apakah sudah bersertifikat halal. Untuk mengetahui respon yang diberikan pelaku usaha untuk meyakinkan produknya kepada konsumen maka penyusun melakukan wawancara ke pimpinan pelaku usaha ayam penyet Surabaya dan super geprek, wawancara yang pertama dilakukan kepada pak Kuncoro sebagai pimpinan ayam penyet Surabaya beliau mengatakan “*Jadi mungkin untuk meyakinkan konsumen tentang sertifikat halal itu kita jelaskan satu persatu proses awal kemudian cara penyembelihan ayam nya, pernah ada yang memesan banyak itu buat acara terus salah satu dari keluarga nya nanya tentang sertifikat halal itu kita jawab ya memang kalau udah ada logo nya insyaallah kita sudah bersertifikat halal insyaallah aman untuk dikonsumsi*”. Sedangkan dari responden lainnya yaitu pak Didik sebagai pimpinan super geprek menjelaskan di wawancaranya “*Ya untuk meyakinkan konsumen agar percaya bahwa super geprek ini bersertifikat halal itu kita memberikan pemahaman bagaimana usaha kita untuk mendapatkan sertifikat halal kaya dari pengolahan kemudian penyembelihan penyajiannya itu kita insyaallah sesuai dengan syariat islam*”.

Harapan konsumen adalah agar setelah melihat label dapat mempersepsikan apakah produk tersebut sesuai dengan keinginan dan aman untuk di konsumsi, dan juga tidak melanggar norma maupun ajaran kepercayaan (agama). seperti di negara-negara berpenduduk mayoritas muslim, mereka membutuhkan informasi tentang halal dan tidaknya produk tersebut sebelum dikonsumsi (Iranita, 2011)

Setelah wawancara kepada pimpinan ayam penyet Surabaya dan super geprek maka dapat penyusun analisis bahwa cara pelaku usaha meyakinkan konsumen agar sertifikat halalnya dipercaya maka pelaku usaha memberikan pemahaman terkait proses mendapatkan sertifikat dari pengolahan kemudian pembelian sampai ke penyajiannya.

e. Tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk yang bersertifikat halal

Adapun mengenai tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk yang bersertifikat halal adalah harus menjaga sertifikasi halal tersebut dan yang terpenting adalah memberikan pemahaman kepada konsumen agar konsumen mengerti bahwa jika ingin mengonsumsi makanan itu harus yang bersertifikat halal, dari hasil wawancara penyusun kepada responden terdapat beberapa tanggapan yang mengatakan bahwa yang bertanggung jawab untuk sertifikasi halal pada pelaku usaha adalah karyawan atau pegawai itu sendiri, dari beberapa responden yang pertama adalah wawancara yang dilakukan kepada pak Kuncoro yang mengatakan *“Kalau masalah tanggung jawab tentang sertifikat halal ya kita semuanya yang ada di ayam penyet ini bertanggung jawab, ya kita harus menjaga sertifikat halal ini karena memang kita kan basicnya islam orang islam itu harus makan makanan yang halal kan di al-quran ada perintahnya”*. Didukung oleh apa yang dibilang pak Kuncoro, pak Didik pun mengatakan hal yang serupa *“Ya*

semua nya itu ada tanggung jawab nya, dari karyawan terus yang mengolah itu harus bertanggung jawab menjaga sertifikat halal ini, ini juga kan peraturan dari MUI nya kaya gitu jadi kita semua di super geprek ini harus selalu menjaga sertifikasi halal nya”.

Dari paparan hasil wawancara diatas dapat dianalisis bahwa sertifikat halal itu baik bagi konsumen atau produsen itu harus menjaganya jangan sampe sertifikat halal ini diragukamn oleh konsumen yang akan mengonsumsi makanan yang dibelinya.

Selanjutnya setelah membahas respon Afektif yang berkaitan dengan sikap maka penyusun akan membahas lebih lanjut mengenai respon Afektif yang berhubungan dengan penilaian yang meliputi bagaimana produk yang layak mendapatkan sertifikat halal, bagaimana tanggapan pelaku usaha tentang fatwa MUI dan tentang ketepatan sertifikat dari MUI dengan ayam penyet yang beredar.

f. Produk makanan yang layak mendapatkan sertifikat halal

Standar kehalalan suatu produk harus jelas dan seragam serta diikuti semua pihak untuk menghindari perbedaan persepsi tentang halal. Untuk itulah pentingnya memiliki SNI (Standar Nasional Indonesia) tentang produk halal dan SNI sistem manajemen halal. Hal ini bukan saja menjadi perhatian bangsa Indonesia tapi standar harus menjadi perhatian bagi negara-negara Islam di dunia seperti dikemukakan oleh Halim et al. (2012) kemungkinan keseragaman standar halal di negara-negara Islam (Maryati, 2016).

Banyak pertanyaan yang keluar dari konsumen ke pelaku usaha tentang kehalalan suatu produk yang akan dikonsumsi nya baik dari pengolahan, penyajian dan sebagainya. Pertanyaan tersebut sudah tidak aneh lagi untuk seorang produsen atau pelaku usaha karena sudah sewajarnya para konsumen menanyakan hal tersebut untuk meyakinkan

dirinya bahwa layak memakan makanan yang halal dan telah bersertifikat halal. Dari permasalahan tersebut penyusun melakukan wawancara kepada beberapa responden dimana responden tersebut adalah pelaku usaha dan konsumen, pertama penyusun mengadakan wawancara kepada pak Kuncoro sebagai pimpinan ayam penyet Surabaya ia mengatakan *“Kalau produk makanan khususnya di jogja ini dari berbagai makanan mungkin beda ya sama ditempat lain, ya mungkin di jogja ini para konsumen sudah mengerti makanan yang telah bersertifikasi halal seperti ayam dan juga sudah mengerti makanan yang tidak halal, mereka tahu bahwa makanan yang layak bersertifikat halal itu dilihat dari proses nya dari penyembelihan bahkan dari penyajiannya itu sesuai syariat islam. Misalkan ayam pasti mereka sudah paham kalau halal ya memang mungkin masih ada yang tidak halal dan itu para penjual tidak berani jualan dipinggir jalan”*. Setuju dengan apa yang dikatakan oleh pak Kuncoro maka pak Didik juga mengatakan hal yang serupa *“Ya kalau produk makanan ayam geprek yang layak dapat sertifikasi halal itu kita bisa liyat dari proses penyembelihannya sesuai standar, kemudian cara penyajiannya itu harus sesuai dengan syariat islam. Ya mungkin kita kan gatau setiap warung makan itu berbeda. Tapi kan basic dari sertifikasi halal sendiri islam ya walaupun ada beberapa orang non islam itu menggunakan sertifikasi halal jadi kita liyat dari proses nya itu sangat penting”*. Memang benar apa yang dikatakan oleh kedua responden tersebut produk makanan yang layak mendapatkan sertifikasi halal bisa dilihat dari proses nya karena itu sangat penting, untuk lebih menguatkan hasil wawancara tersebut ada satu konsumen yang penyusun wawancara yaitu saudari Lisa mengatakan *“Kalau setahu saya produk makanan yang layak mendapatkan sertifikat halal adalah produk yang segala*

proses nya itu sesuai dengan agama islam jadi islam lah sebagai dasar dari proses yang baik dalam sertifikasi halal”.

Dalam islam diajarkan kepada umat nya agar memakan makanan yang halal, makanan yang halal dapat dikatakan halal apabila telah mendapatkan sertifikat halal dan allah memerintahkan untuk memakan makanan halal sebagaimana firman-Nya :

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنْتُمْ
إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya :

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.

Pada ayat diatas Allah SWT memerintahkan hamba-hamba-Nya yang beriman untuk memakan rizki yang halal lagi baik yang telah diberikan-Nya, serta mensyukurinya. Sesungguhnya Dialah yang memberikan dan mengaruniakan nikmat yang hanya Dia yang berhak mendapatkan penghambaan, yang tiada sekutu bagi-Nya.

Kemudian Allah Ta’ala menyebutkan hal-hal yang diharamkan bagi mereka yang memang berbahaya bagi mereka dalam memeluk agama dan dunia mereka, baik yang berupa bangkai, darah, dan daging babi: wa maa uHilla lighairillaaHi biHii (“Dan apa yang disembelih dengan menyebut nama selain Allah.”) Artinya, binatang yang disembelih dengan menyebut selain nama Allah. Meskipun demikian; fa manidl-thurra (“Barangsiapa yang terpaksa memakannya,”) yaitu, yang dia butuhkan, tanpa penganiayaan dan tidak pula melampaui batas; fa innallaaHa laghafuurur rahiim (“Maka sesungguhnya Allah Mahapengampun lagi Mahapemurah.”) Pembahasan mengenai ayat

seperti ini telah disampaikan pada surat al-Baqarah, yang sudah mencukupi sehingga tidak perlu dilakukan pengulangan. Segala puji dan sanjungan hanya bagi Allah semata.

Dari hasil wawancara tersebut ketiga responden sangat sepakat bahwa produk makanan yang layak mendapatkan sertifikat halal itu produk makanan yang dari proses sampai ke penyajiannya itu sesuai dengan syariat islam. Jadi dengan itu konsumen tanpa ragu mengonsumsinya.

g. Respon Pelaku Usaha mengenai fatwa MUI tentang sertifikat halal

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 33 Pasal 4 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU-JPH) yang berbunyi “Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan diwilayah Indonesia wajib bersertifikat halal” maka setiap produk apapun yang beredar khususnya produk makanan itu harus bersertifikat halal. Dengan adanya peraturan terdapat banyak respon yang keluar dari para pelaku usaha karena dari sebagian pelaku usaha nefatakan untuk mengurus sertifikat halal itu sulit proses pengajuannya sulit. Dengan ini penyusun mengadakan wawancara kepada beberapa responden untuk mengetahui respon pelaku usaha mengenai fatwa MUI tentang sertifikat halal, yang pertama penyusun mengadakan wawancara kepada pak Kuncoro sebagai pimpinan ayam penyet mengatakan *“Kalau saya pribadi sangat setuju apalagi untuk ayam penyet ini karena dari MUI sendiri dan para ulama sudah ada kesepakatan atau mubes tentang regulasi standarisasi dari tingkat kehalalan produk tersebut, jadi untuk regulasi tersebut saya sangat setuju tidak ada keraguan lagi”*. Penjelasan tersebut dibenarkan oleh pak Didik sebagai pimpinan super geprek yang mengatakan *“Kalau tanggapan dari kita sih mungkin ya kalau kita bisa ya kita ikuti selama itu poses nya baik ya saya setuju, ya mungkin MUI*

itu arahan dari pemerintah juga ya untuk membedakan warung makan yang halal yang muslim dan non muslim, jadi kalau dari kita insyaallah setuju dan mendukung”. Sejalan apa yang di jelaskan oleh pak Kuncoro dan pak Didik maka penyusun menguatkan perkataan tersebut dengan wawancara kepada konsumen ayam penyet Surabaya dan super geprek yaitu saudari Lisa yang mengatakan “Kalau menurut saya malah bagus ya fatwa MUI tersebut karena dengan kewajiban tersebut bisa terjamin produk yang beredar sudah dapat izin dari pemerintah dan dari segi proses nya juga kita tidak meragukan lagi, jadi saya sebagai konsumen setuju dengan kewajiban penetapan sertifikat halal dari MUI”.

Kewajiban produsen untuk melakukan sertifikasi halal telah ada berdasarkan UU No.7 Tahun 1996 tentang Pangan dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Walaupun demikian, masih banyak produsen makanan atau barang yang belum mengajukan dan memiliki sertifikasi halal (Ramlan, 2014)

Untuk mengeluarkan fatwa ini MUI tidak seenaknya mengeluarkan fatwa karena fatwa hukum tanpa dalil disebut tahakkum yang wajib dijauhi oleh mufti (pembuat hukum). Allah berfirman dalam surat An-nahl:116

وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتُكُمُ الْكَذِبَ هَذَا حَلَالٌ وَهَذَا حَرَامٌ
لِتَفْتَرُوا عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ ۚ إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ لَا
يُفْلِحُونَ

Artinya : “Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara dusta "ini halal dan ini haram", untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah tiadalah beruntung”.

Pada ayat diatas Allah Swt memerintahkan kepada hamba-hamba-Nya yang beriman agar memakan rezeki-Nya yang halal lagi baik, dan bersyukur kepada-Nya atas karunia tersebut. Karena sesungguhnya Allah-lah yang mengaruniakan nikmat itu kepada mereka, Dialah yang berhak disembah semata, tiada sekutu bagi-Nya. Kemudian Allah menyebutkan apa-apa yang diharamkan-Nya atas mereka, karena di dalamnya terkandung mudarat atau bahaya bagi mereka, baik menyangkut agama maupun urusan dunia mereka

Adanya sertifikasi halal apakah sudah menjadi keharusan bagi setiap produk makanan yang beredar, dan adakah peraturan yang mewajibkan hal tersebut. Sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh MUI sejak tahun 1994 diberikan setelah produk tersebut mengalami pemeriksaan yang seksama oleh LP.POM dan disidangkan dalam Komisi Fatwa MUI. Sertifikat ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal. Kenyataan yang ada di lapangan, bahwa sertifikasi halal ini dapat dikeluarkan apabila ada permintaan dan kerelaan para produsen untuk diperiksa proses produksinya. Pedoman untuk memperoleh sertifikat halal telah diterbitkan oleh MUI, sebagai sarana informasi bagi produsen (Drh. Wiku Adisasmito, 2008)

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa ketiga responden yang penyusun wawancara itu sangat setuju dengan regulasi MUI yang mewajibkan untuk bersertifikat halal untuk produk yang beredar apalagi produk makanan yang beredar.

3. Respon Konatif

Respon konatif (Psikomotorik) adalah respon yang berhubungan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan atau perbuatan. Pada tahap ini menerangkan tentang respon yang berhubungan dengan Perilaku tentang sertifikasi halal.

Dalam konteks perilaku respon yang diambil adalah tentang perilaku konsumen yang ditunjukkan tentang sertifikat halal dan tindakan pelaku usaha jika sertifikat halal telah kadaluarsa.

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Untuk barang berharga jual rendah (low-involvement) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (high-involvement) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan dengan pertimbangan yang matang (Iranita, 2011).

a. Perilaku konsumen

Adapun perilaku konsumen yang ditunjukkan terhadap sertifikat halal itu bermacam-macam karena pada dasarnya konsumen memandang sertifikat halal ini dari sudut yang berbeda diantaranya dari sudut logo halal yang ada pada kemasan dan lain-lain. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh penyusun ke beberapa responden menemukan jawaban mengenai perilaku konsumen tentang sertifikasi halal yang pertama wawancara dilakukan kepada pak Kuncoro yang mengatakan *“Ya kalau dari konsumen sendiri mungkin sudah dapat menilai ya makanan yang bersertifikat halal atau tidak, kemudahan konsumen juga memilih-milih makanan yang mereka konsumsi contohnya sudah bersertifikat halal atau belum. Yang saya rasakan perilaku*

konsumen tentang sertifikat halal ini sangat mendukung ya mereka sangat berterima kasih dengan adanya sertifikasi halal ini karena semua produk makanan terjamin kehalalannya". Didukung oleh perkataan pak Didik dari wawancara yang kedua itu dilakukan kepada pak Didik sebagai pimpinan super geprek yang mengatakan "*Untuk customer mungkin kebanyakan menanyakan logo halal nya mana, ya ngga semua tapi kebanyakan nanya seperti itu. Dari pertanyaan customer sendiri kan bisa kita simpulkan kalau sertifikat halal itu sangat dibutuhkan untuk menjamin kehalalan suatu produk*". Untuk menguatkan penjelasan dari kedua responden diatas maka penyusun mengadakan wawancara kepada seorang konsumen ayam penyet dan super geprek yaitu saudari Lisa yang mengatakan "*Ya saya sebagai konsumen sangat mendukung dengan adanya sertifikat halal ini karena sangat membantu konsumen dalam mengonsumsi makanan yang akan dikonsumsi nya halal atau tidak*".

Pengertian mengenai perilaku oleh perusahaan ataupun organisasi dalam mencapai tujuan pasar sangat penting dan berguna dalam usaha menentukan dan melaksanakan strategi pemasaran yang tepat agar dapat mencapai tujuan dengan efektif. Perilaku Konsumen (*consumer behavior*) didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying unit*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, ide-ide (John C. Mowen dan Michael minor, 2002).

Definisi tentang perilaku konsumen juga menyatakan bahwa proses pertukaran melibatkan serangkaian langkah-langkah, dimulai dengan tahap perolehan atau akuisisi (*acquisition phase*) para peneliti menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan produk dan jasa. Lalu ke tahap konsumsi (*consumption phase*) para peneliti menganalisis bagaimana para konsumen sebenarnya menggunakan

produk atau jasa dan pengalaman yang dilalui mereka saat menggunakannya. Dan berakhir pada tahap disposisi (*disposition phase*) produk atau jasa mengacu pada apa yang dilakukan konsumen ketika mereka telah selesai menggunakannya. Menurut James F. Engel et al (1995) perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini (Iranita, 2011).

Dalam hal perilaku konsumen dijelaskan dalam alquran bahwa konsumen muslim sudah seharusnya memakan makanan yang halal sebagaimana firman Allah SWT dalam alquran :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا
تَتَّبِعُوا خُطُواتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya :

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”

Pada ayat diatas Allah swt menjelaskan bahwasanya tiada sembah yang hak kecuali Dia dan bahwasanya Dia sendiri yang menciptakan, Dia pun menjelaskan bahwa Dia Mahapemberi rezeki bagi seluruh makhluk-Nya. Dalam hal pemberian nikmat, Dia menyebutkan bahwa Dia telah membolehkan manusia untuk memakan segala yang ada di muka bumi, yaitu makanan yang halal, baik, dan bermanfaat bagi dirinya serta tidak membahayakan bagi tubuh dan akal pikirannya. Dan Dia juga melarang mereka untuk mengikuti langkah dan jalari syaitan, dalam tindakan-tindakannya yang menyesatkan para pengikutnya, seperti

mengharamkan bahirah, saibah, washilah, dan lain-lainnya yang ditanamkan syaitan kepada mereka pada masa Jahiliyah.

Dari hasil wawancara diatas dapat di analisis bahwa perilaku konsumen terhadap sertifikat halal adalah bahwa konsumen sangat membutuhkan sertifikat halal karena itu sangat penting untuk menjamin kehalalan setiap produk yang beredar.

b. Masa kadaluarsa Sertifikat Halal

Adapun dari hasil wawancara mengenai tindakan pelaku usaha jika masa kadaluarsa nya habis dan berapa lama masa kadaluarsa sertifikat halal penyusun mengadakan wawancara yang hasilnya sepakat jika masa kadaluarsa sertifikat halal itu selama 2 tahun setelah masa kadaluarsa habis maka pelaku usaha harus segera memperpanjang nya. Penyusun mengadakan wawancara kepada beberapa responden yang pertama adalah pak Kuncoro yang mengatakan *“Ya kalau masa kadaluarsa nya habis itu segera kita perpanjang dan kita perbaharui, dari peraturan MUI nya itu malah sebelum masa kadaluarsa nya habis itu kita harus segera memperpanjangnya kalau tidak diperpanjang maka tidak dapat izin sertifikat halal lagi”*. Begitupun dengan apa yang dikatakan pak Didik sebagai pimpinan super geprek ia mengatakan *“Kalau masa kadaluarsa nya habis ya kita perpanjang, jadi kita ibarat kata itu seperti pajak reklame bulanan tiap hari kita update”*.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa jika masa berlaku pada sertifikat halal telah habis maka pelaku usaha harus segera memperpanjang nya agar sertifikat halal tersebut bisa aktif kembali.

Sertifikat halal berlaku selama dua tahun dan setelah masa itu produk harus diperiksa ulang untuk mendapatkan sertifikat halal untuk 2 tahun berikutnya. Lembaga yang berwenang memberikan izin

pencantuman label halal pada kemasan obat/makanan adalah BPOM. Izin pencantuman label halal diberikan setelah suatu produk dinyatakan halal (telah memiliki sertifikat halal) (Ramlan, 2014).

Tabel 4.2
Hasil Analisis Respon UMKM terhadap Kewajiban Penetapan Sertifikasi Halal

No	Aspek	Hasil Analisis
1	Respon Kognitif	<p>diketahui bahwa untuk respon kognitif yaitu respon yang meliputi pengetahuan, keterampilan dan informasi. Jika dilihat dari pengetahuan pelaku usaha mengenai sertifikasi halal cukup tahu dari segi pengertian sertifikat halal pelaku usaha cukup mendalamnya terlebih tentang regulasi yang dibuat MUI, menurut nya regulasi Mui itu sangat bagus untuk sertifikasi halal, selain itu juga manfaat yang didapat setelah bersertifikat halal ada bermacam-macam manfaat yang di paparkan oleh pelaku usaha mengenai sertifikat halal. Menurut pelaku usaha sertifikat halal untuk kedepannya akan bagus karena ini melihat dari ekonomi di Indonesia yang semakin membaik jadi dengan adanya sertifikat halal ini akan sangat membantu. Semua informasi tentang sertifikat halal didapat dari pelaku usaha itu sendiri yang pada awalnya memiliki sertifikat halal.</p>
2	Respon Afektif	<p>Dari paparan pelaku usaha mengenai respon afektif yang meliputi emosi, sikap dan penilaian yaitu bahwa motivasi pelaku usaha untuk bersertifikat halal itu karena pada dasarnya sertifikat halal itu penting untuk meyakinkan para konsumen agar menjamin kehalalan produk tersebut. Dari tanggapan pelaku usaha dan konsumen mengenai fatwa MUI yang mewajibkan</p>

		bersertifikat halal itu sangat setuju karena sertifikat halal bagus untuk menjamin kehalalan suatu produk terlebih lagi itu adalah fatwa yang dibuat oleh MUI yang telah melewati berbagai musyawarah
3	Respon Konatif	Respon Konatif adalah respon yang berhubungan dengan perilaku. Perilaku disini yaitu perilaku konsumen dan produsen terhadap sertifikat halal. Pada perilaku konsumen terhadap sertifikat halal ini sangat mendukung dengan adanya sertifikat halal karena ini sangat membantu konsumen dalam makanan yang mereka konsumsi. Pada perilaku produsen terhadap sertifikat halal juga sangat mendukung dengan adanya sertifikat halal karena ini sangat membantu dalam meningkatkan penjualan produk.