

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEHALALAN PRODUK
KOPI KEMASAN
(Studi Kasus pada Produk Kopi Kemasan di Kabupaten
Pringsewu Provinsi Lampung)**



ACC DIAJUKAN MENGIKUTI UJIAN
MENAQASAH



M. Roem Syibly
26 Mei 2022

Oleh:

Rasyid Akbar

NIM: 18421004

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Hukum Islam (Ahwal Syakhshiyah)

Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

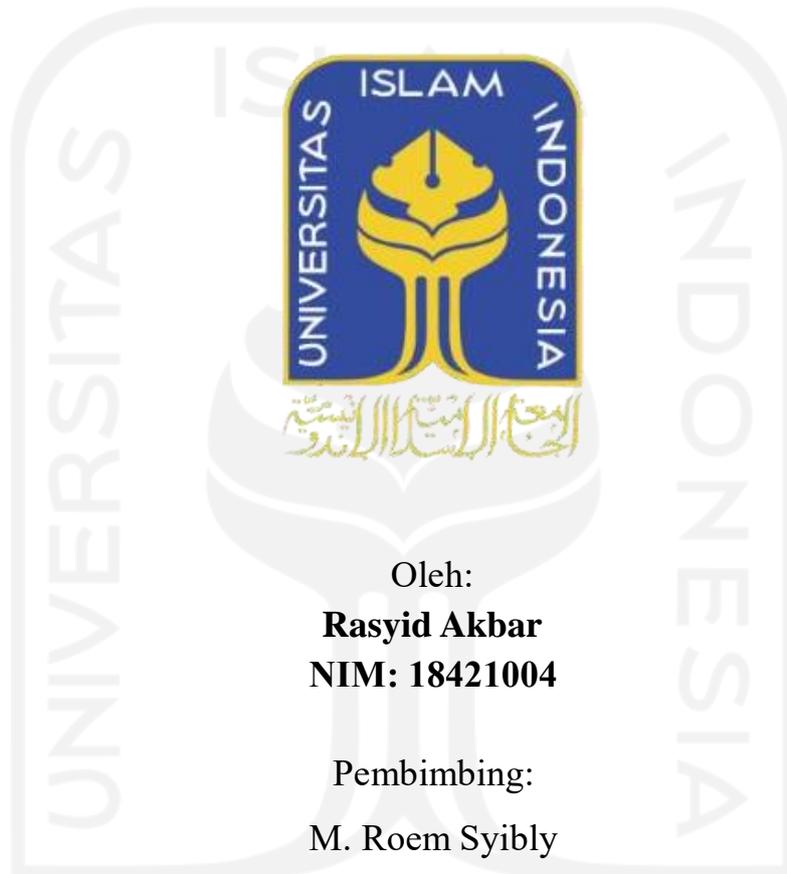
Untuk memenuhi salah satu syarat guna

Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

YOGYAKARTA

2022

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEHALALAN PRODUK
KOPI KEMASAN
(Studi Kasus pada Produk Kopi Kemasan di Kabupaten
Pringsewu Provinsi Lampung)**



Oleh:
Rasyid Akbar
NIM: 18421004

Pembimbing:
M. Roem Syibly

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Hukum Islam (Ahwal Syakhshiyah)
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi salah satu syarat guna
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

YOGYAKARTA

2022

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rasyid Akbar

NIM : 18421004

Program Studi : Ahwal Al-Syakhshiyah

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Kepracayaan Konsumen Terhadap Kehalalan Kopi Kemasan

(Studi Kasus Produk Kopi Kemasan di Kabupaten Pringsewu)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penelitian ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiasi atau perilaku terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak di paksakan

Pringsewu 13 Mei 2022



Rasyid Akbar



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511 / (0274) 898462
F. (0274) 898463
E. fia@uii.ac.id
W. fia.uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ahwal Al-Syakhshiyah yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 2 Agustus 2022
Nama : RASYID AKBAR
Nomor Mahasiswa : 18421004
Judul Skripsi : Persepsi Konsumen Terhadap Kehalalan Produk Kopi Kemasan (Studi Produk Kopi Kemasan di Kabupaten Pringsewu)

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ahwal Al-Syakhshiyah pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

TIM PENGUJI:

Ketua

Krismono, SHI, MSI

(.....)

Penguji I

Dr. YUSDANI, M.Ag

(.....)

Penguji II

Dr. Mukhsin Achmad, S.Ag, M.Ag.

(.....)

Pembimbing

Dr. M. Roem Sibly, S.Ag, MSI

(.....)

Yogyakarta, 2 Agustus 2022

Dekan,




Dr. Drs. Asmuni, MA

NOTA DINAS

Yogyakarta, 7 Februari 2022

Hal : **Skripsi**
Kepada : **Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam**
Universitas Islam Indonesia
Di-Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomer: 241/Dek/60/DAATI/FIAI/II/2022 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Rasyid Akbar
Nomer Mahasiswa : 18421004
Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia
Program Studi : Ahwal Al-Syakhshiyah
Judul Skripsi : Persepsi Konsumen Terhadap Produk Kopi Kemasan
(Studi Kasus Produk Kopi Kemasan di Kabupaten Pringsewu
Provinsi Lampung)

Setelah kami teliti dan adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara di atas memenuhi syarat untuk diajukan ke siding Munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasahka, dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar skripsi yang dimaksud.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Dosen pembimbing skripsi



Dr. M. Roem Syibly. S.Ag., MSI.

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini Dosen Pembimbing Skripsi,
menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama Mahasiswa : Rasyid Akbar
Nomer Mahasiswa : 18421004
Judul Skripsi : Persepsi Konsumen Terhadap Produk Kopi Kemasan
(Studi Kasus Produk Kopi Kemasan di Kabupaten
Pringsewu Provinsi Lampung)

Bahwa berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi (Ahwal Syakhshiyah) Fakultas Ilmu Agama Islam Univeristas Islam Indonesia Yogyakarta.

Dosen pembimbing skripsi



Dr. M. Roem Syibly. S.Ag., MSI.

MOTTO HIDUP

Berusahalah dalam mencari sebuah kebaikan terutama apa yang diminum dan dimakan karena kehalalan pada apa yang masuk pada tubuh akan berpengaruh bagi kehidupan kita.

أَطْبَبْ مَطْعَمَكَ تَكُنْ مُجَابَ الدَّعْوَةِ

“Perbaikilah makananmu maka do’amu akan mustajab”.

(HR. Thobrani)

الجمعة الإسلامية الأندلسية

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya yang telah saya buat ini saya persembahkan teruntuk kedua orang tua yaitu Ibu Mursiatun dan Bapak Suryanto yang telah memberikan seluruh jiwa dan raganya baik dalam mendidik, mengayomi, serta memenuhi segala kebutuhan saya baik dari sandang, pangan, dan Pendidikan sejak TK hingga sekarang. Terimakasih juga atas kesabaran yang telah di curahkan pada saya terhadap kelakuakn saya yang sering tidak mengindahkan perintah, maupun nasihat yang diberikan dan justru malah melakukan hal-hal yang tidak sepatutnya dilakukan sebagai seorang anak. Kepada kakak sepupu saya Vitadi yang telah memberikan masukan terhadap tersusunnya karya ini dan tak lupa juga saya juga saya ucapkan banyak-banyak terimakasih untuk segala nasihat dan dukungannya terhadap saya sehingga dapat menyelesaikan karya ini.

Tak lupa juga saya persembahkan juga pada teman-teman saya terkhusus teman-teman kontrakan, Galih, Hanif, Wahyu, Reza, Rios, yang selalu menjadi teman diskusi, inspirasi, dan penghibur dalam proses penyelesaian karya ini.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى
أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ
دُومًا عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ

Segala puji dan syukur tak henti-hentinya terlantun bagi Allah ﷻ yang telah memberikan nikmat, karunia, serta hidayahnya pada saya, sehingga penelitian yang saya lakukan terhadap tugas akhir ini dapat terselesaikan sesuai dengan target dan waktu yang tepat. Tak lupa Shalawat serta salam terhaturkan pada junjungan Nabi Muhammad ﷺ yang telah menjadi suri tauladan terbaik dalam menjalani hidup dan membawa umatnya ke zaman yang terang benerang yang dapat dirasakan hingga saat ini.

Saya selaku peneliti sangat menyadari bahwa tugas akhir yang saya buat dengan judul “Persepsi Konsumen Terhadap Produk Kopi Kemasan (Studi Kasus Produk Kopi Klenganan di Kabupaten Pringsewu)” Dapat terselesaikan tidak bersumber dari saya sendiri, tetapi karena semangat, usaha, doa, dan bimbingan dan kehendak Allah ﷻ yang telah memberikan keridhoan terhadap terselesaikannya karya ini. Kepada beliau semua yang telah meluangkan waktu serta tenaganya untuk memberikan pengetahuan serta inspirasi yang jika tidak ada hal tersebut membuat

saya sangat kesulitan untuk menyelesaikan penelitian ini. Pada kesempatan ini juga saya menghaturkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Dr. H. Tamyiz Mukharram M.A, selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Dr. Nur Kholis S.Ag SEI M.SH.Ec dan Dr. Muhammad Roy Purwanto, S.Ag, M.A, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.
4. Dr. Dra. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag, selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.
5. Prof. Dr. H. Amir Mu'allim, M.I.S, selaku Ketua Prodi Ahwal Syakhshiyah.
6. Krismono, S.H.I., M.S.I, selaku Sekretaris Prodi Ahwal Syakhshiyah.
7. Dr. M. Roem Syibly. S.Ag., M.S.I, selaku pembimbing skripsi yang telah bersedia membimbing, memberikan masukan, serta arahan-arahan baik dalam penulisan maupun membantu memberi masukan terhadap apa yang harus ada dan yang tepat untuk dimaksukan dalam skripsi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya dengan sistematis dan tepat waktu. Sekali lagi saya bertrimaksih yang sedalam-dalamnya dan semoga apa yang beliau berikan menjadi amal jariyah Aamiin Ya Rabbal 'Alamin.
8. Kepada seluruh jajaran dosen Prodi Ahwal Syakhshiyah yang telah emberi bimbingan serta ilmu pengetahuan dan pembelajaran dalam kehidupan.

9. Kepada seluruh dosen pengampu pada mata kuliah di Program Studi Ahwal Syakhshiyah Fakultas Ilmu Agama slam yang telah banyak memberikan ilmu baik dalam disiplin ilmu dan dlam kehidupan sehingga ilmu yang diberikan dapat saya curahkan dalam skripsi saya.
10. Ucapan terimakasih saya berikan juga pada keluarga saya yang sangat saya cintai. Terutama pada kedua orang tua saya yang senantiasa mendo'akan, memberi semangat, dan pengorbanan yang diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang ditargetkan.
11. Terimakasih pada seluruh sahabat Ikatan Keluarga Pelajar Mahasiswa Yogyakarta yang juga berjuang untuk menyelesaikan studi di kampus-kampus yang berada di Yogyakarta yang selalu memberi motivasi dan arahan menuju ha-hal yang positif.
12. Seluruh teman-teman prodi Ahwal Syakhshiyah yang berasal dari berbagai penjuru nusantara yang telah memberikan banyak pelajaran serta pengalaman untuk kehidupan saya kedepannya nanti.

Akhirnya dengan penuh ucapan terimakasih serta kerendahan hati atas motivasi, dukungan, serta semangat yang terus ditularkan pada teman-teman semua kepada saya baik moril maupun materil. Semoga apa yang teman-teman berikan pada saya menjadi amal jariyyah bagi teman teman sekalian. Semoga skripsi ini data memberikan manfaat baik bagi penulis maupun bagi pembaca.

Yogyakarta, 29 Mei 2022

Peneliti



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be

ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

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

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ...ي	Fathah dan ya	Ai	a dan u
َ...و	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala

- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى...ى	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...و	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul
munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

F. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

DAFTAR PUSTAKA

COVER	i
SURAT PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
NOTA DINAS	v
REKOMENDASI PEMBIMBING.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xii
ABSTRAK	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	9
A. Kajian Pustaka	9
B. Kerangka Teori.....	22
1. Persepsi	22
2. Persepsi Konsumen	23
3. Keputusan Konsumen	24
4. Produsen Produk Kopi Kemasan.....	26
5. Perilaku Konsumen.....	27
6. Kategori Makanan Halal	32

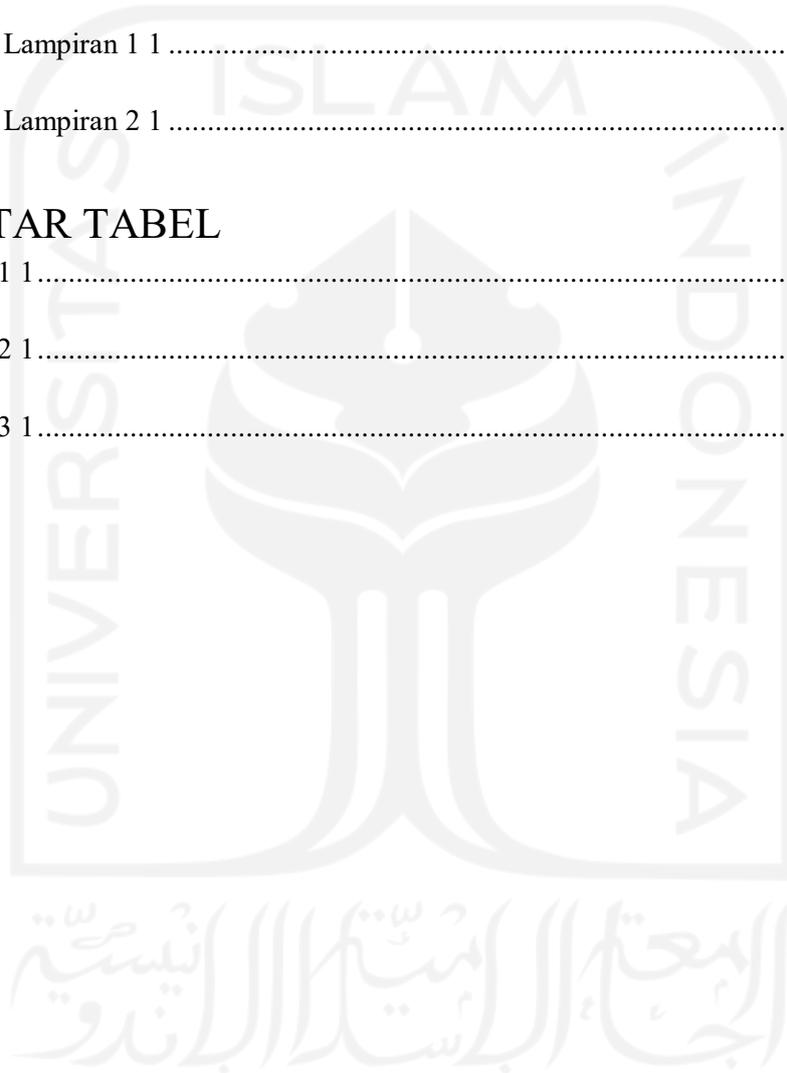
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan	36
B. Tempat dan Lokasi Penelitian.....	37
1. Tempat Penelitian.....	37
2. Lokasi Penelitian	37
C. Sumber Data.....	37
D. Informan Penelitian	37
E. Teknik Penentuan Informan	38
F. Teknik Pengumpulan Data	38
1. Observasi	38
2. Wawancara (Interview).....	39
G. Keabsahan Data.....	40
H. Teknik Analisis Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Hasil Penelitian	42
1. Profil Kabupaten Pringsewu	42
2. Produk Kopi Kemasan di Kabupaten Pringsewu	48
B. Jenis-jenis Produk Kopi Kemasan di Kabupaten Pringsewu.....	50
1. Produk Kopi Kidang.....	50
2. Produk Kopi Putra Desa	56
3. Produk Kopi Kemasan Kebon Kopi	62
C. Pemahaman Tentang Halal	69
1. Definisi Halal menurut konsumen.....	69
D. Pandangan Mengenai Kehalalan Produk Kopi Kemasan	72
1. Persepsi Konsumen	75
BAB V.....	79
PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 1	55
Gambar 4.2 1	60
Gambar 4.3 1	67
Gambar Lampiran 1 1	85
Gambar Lampiran 2 1	86

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 1	43
Tabel 4.2 1	60
Tabel 4.3 1	66



ABSTRAK

Persepsi Konsumen Terhadap Produk Kopi Kemasan (Studi Kasus Produk Kopi Kemasan di Kabupaten Pringsewu)

Rasyid Akbar
(18421004)

Perkembangan dalam penjualan kopi bubuk semakin hari semakin berkembang yang pada mulanya hanya dilakukan dengan menjual biji kopi yang oleh konsumen dilakukan penggilingan untuk menikmati kopi. Perkembangan yang terjadi pada saat ini kopi bubuk sudah dijual dengan bentuk bubuk dengan kemasan yang berukuran beragam. Kemajuan zaman membuat penjualan bubuk kopi sangat bervariasi dengan mencampur bubuk kopi dengan bahan-bahan lain seperti jagung, beras, ataupun garam yang bertujuan meminimalisir modal dan memperbesar keuntungan. Penelitian yang peneliti lakukan pada kesempatan ini menggunakan metode kualitatif dengan pengambilan data yang bersumber dari penelitian lapangan dengan melakukan wawancara pada informan di sekitar kabupaten Pringsewu. Penelitian yang dilakukan dengan melakukan wawancara pada informan melakukan pembahasan yang berfokus pada pemahaman informan terhadap makna dari halal dan bagaimana Persepsi yang dipahami dan di rasakan oleh informan mengenai kopi kemasan yang beredar di kabupaten Pringsewu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman informan terhadap kata halal dapat dikatakan baik karena jika dibandingkan dengan makna yang dijelaskan para ulama memiliki inti yang sama dan juga Persepsi informan memiliki dasar yang benar karena standar yang diberikan pada informan dengan penjelasan melalui hadist ataupun pemaparan yang diberikan oleh orang-orang yang berkompeten pada bidang tersebut.

Kata kunci: *Persepsi Konsumen, Produk Kopi Kemasan, Halal, kabupaten Pringsewu*

ABSTRACT

Consumer Confidence in Packaged Coffee Products

(Case Study of Packaged Coffee Products in Pringsewu Regency)

Rasyid Akbar

(18421004)

Developments in the sale of ground coffee are growing day by day, which at first was only done by selling coffee beans which consumers milled to enjoy coffee. Developments that occur at this time ground coffee has been sold in powder form with various sized packaging. The progress of the times made the sale of coffee grounds vary widely by mixing coffee grounds with other ingredients such as corn, rice, or salt with the aim of minimizing capital and increasing profits. The research that the researcher conducted on this occasion used a qualitative method by collecting data from field research by conducting interviews with informants around Pringsewu district. Research conducted by interviewing informants conducted discussions that focused on the informants' understanding of the meaning of halal and how the informants understood and felt the beliefs about packaged coffee circulating in Pringsewu district. The results of the study show that the informant's understanding of the word halal can be said to be good because when compared with the meaning explained by the scholars, it has the same core and also the informant's belief has the correct basis because the standards given to informants are explained through hadith or explanations given by other people. competent person in the field.

Keywords: *Consumer Perception, Packaged Coffee Products, Halal, Pringsewu distric*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persepsi yang diberikan pada produsen terhadap produsen merupakan sesuatu yang didapatkan melalui proses yang tidak mudah dan kemungkinan Persepsi tersebut timbul disebabkan salah satu faktor yang terdapat pada suatu barang ataupun produk tersebut. Kebutuhan masyarakat akan kopi bubuk tidak dipungkiri Langi telah dianggap sebagai kebutuhan pokok yang dimana Provinsi Lampung memang salah satu daerah yang terkenal dengan kebun kopi sekaligus produk kopinya. Kemajuan zaman yang semakin modern dan berkembang ini juga mempengaruhi produk kopi yang semakin hari jika diperhatikan semakin banyak *brand* kopi yang disuguhkan ditengah konsumen dan semua produsen pastinya berusaha menanamkan sebuah rasa Persepsi pada konsumen dengan cara ataupun pendekatannya masing-masing. Menurut Sunarto (2006) menyebutkan bahwa Persepsi merupakan perasaan dan kesadaran yang dimiliki secara langsung oleh konsumen yang timbul bersama selama pemakaian barang atau jasa yang dialami langsung oleh konsumen.¹

¹ Ogi Diza, Moniharapon, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pt. Fifgroup Cabang Manado)', 4.1 (2016), 109–1

tersebut yang memudahkan langganan setia ataupun konsumen yang ingin membeli dapat secara mudah menemukan di toko- toko ataupun warung terdekat, dan yang terakhir sekaligus menjadi *branding* yang dilakukan oleh produsen kopi yang baru muncul dan bersifat rumahan Persepsi yang ditanamkan konsumen pada produsen jika disebutkan satu persatu memiliki faktor yang bermacam-macam seperti harga yang memang masuk akal bagi konsumen, kualitas rasa yang disajikan dan dipertahankan oleh produsen pada konsumen menjadikan konsumen menaruh Persepsi untuk membeli produk, kemudahan untuk mendapatkan produk adalah dengan mencantumkan logo halal pada produk kopi kemasan sebagai pemberitahuan pada konsumen bahwa produk yang diproduksi sudah melakukan sertifikasi halal yang kewenangannya di pegang oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) maka tidak terlepas dari istilah fatwa yang memang sering kita dengar dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) itu sendiri. Jika diartikan secara Bahasa arab maka dapat diartikan sebagai petunjuk, nasihat, jawaban, atau pendapat.²

Usaha masyarakat baik yang berbasis rumahan ataupun yang sudah menerapkan sebuah proses kerja seperti di pabrik sudah sangat banyak dan menjamur di tengah masyarakat bahkan ditengah pemukiman tak jarang banyak tempat-tempat yang dapat dijadikan sebagai tempat produksi baik produksi produk pangan maupun minuman. Pada kasus kali ini yang saya amati di Kabupaten Pringsewu sangat banyak tempat produksi kopi yang seiring dengan perkembangan zaman atau kemajuan dalam bidang manajemen produk yang menjadikan akhir akhir ini banyak produsen kopi kemasan yang melakukan branding produk dengan menggunakan kemasan yang menarik dengan nama produk yang bermacam-macam yang menjadikan masyarakat bisa melakukan

pilihan terhadap kopi kemasan yang akan dibeli dari segala pertimbangan yang ada.

Industri produk makanan ataupun minuman pada masa sekarang ini sangat berkembang pesat dengan berbagai macam varian model maupun kemasan yang dibuat semenarik mungkin sebagai respon dari produsen akan persaingan pasar yang semakin ketat dan produk kemasan terbus bertambah dan berkembang pesat.

Namun di balik perkembangan produk makanan dan minuman yang semakin marak ditemukan di pasaran tradisional bahkan pasar retail modern maupun langsung bertebaran di tengah-tengah masyarakat. Hal-hal yang akhir-akhir ini mulai di perhatikan oleh Sebagian masyarakat yakni mengenai status dari makanan atau produk tersebut apakah yang akan konsumen beli dan konsumsi sudah berstatus halal atau belum karena tidak di pungkiri lagi bahwa kita tinggal di negara yang mayoritas penduduknya adalah beragama Islam yang secara otomatis konsumen yang menjadi sasaran serta yang menikmati merupakan masyarakat yang mayoritasnya beragama Islam.

² Al Fitri Johar, 'KEKUATAN HUKUM FATWA MAJELIS ULAMA INDONESIA (MUI) DARI PERSPEKTIF PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN DI INDONESIA', *Pengadilan Agama Kalsel*, 5 (2009), 1–10.

Masyarakat sekaligus sebagai konsumen juga menjadi lebih bersifat pilih-pilih atau selektif dalam memilih sebuah produk kemasan yang akan dibeli, tak jarang mereka para konsumen tidak hanya melihat dari sudut pandang biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli produk tersebut, tetapi juga konsumen juga tak jarang melihat apakah produk yang akan dibeli sudah tersertifikasi halal atau belum karena secara tidak langsung mereka selaku konsumen sadar bahwa produk kemasan yang sudah tersertifikasi halal bisa dipercaya dan dijamin baik dari segi komposisi bahan yang digunakan serta proses yang dilakukan pada saat mempersiapkan sebuah produk kemasan.

Posisi dari status sebuah produk juga tak jarang juga berdampak pada kecenderungan konsumen terhadap produk kemasan yang akan dipilih dan dengan adanya hal tersebut maka secara tidak langsung produsen akan memperbaiki kinerja dalam produksi dengan memasukkan produknya untuk di serahkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan selanjutnya akan dilakukan proses sertifikasi untuk mendapatkan cap halal jika memang produk yang diserahkan sesuai dengan standar operasional sertifikasi maka produsen berhak mendapat sertifikasi halal pada produknya yang diterbitkan langsung oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Terlepas dari hal-hal yang berkaitan dengan yang telah di sebutkan ternyata di daerah khususnya kabupaten Pringsewu sudah sangat banyak produk kopi kemasan yang produknya sendiri sudah bertebaran di pasaran terlepas dari sudah tersertifikasi atau belum dan efek atau dampak yang diberikan terhadap ketertarikan konsumen terhadap sebuah produk kopi kemasan di Kabupaten Pringsewu.

Pengaruh dalam usaha melakukan pemasaran atau branding terhadap produk kopi kemasan yang ada di Kabupaten Pringsewu bisa dikatakan sangat kuat dan merupakan factor yang dominan dalam menghadapi persaingan pasar yang ada sampai kewajiban mengenai melakukan sertifikasi halal tak jarang sering di sepelekan atau di kesampingkan yang jika di lihat lebih dalam lagi produsen yang memproduksi merupakan masyarakat yang memiliki status sebagai seorang yang beragama Islam. Dalil-dalil yang jelas baik dalam Al Quran maupun Hadits. Dalil yang terdapat pada Al Quran sebagaimana yang Allah firmankan:³

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

Terjemah: *Wahai manusia, makanlah Sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata..*⁴

Pada ayat lain juga terdapat ayat yang berkaitan:⁵

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Terjemah: *Wahai orang-orang yang beriman, makanlah apa-apa yang baik yang Kami anugerahkan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya.*⁶

³ Qur'an Surah Al Baqarah: 168

⁴ Tim Penerjemah Al-Qur'an UII, Al-Qur'an dan Tafsir (Yogyakarta: UII Press, 1991), 44

⁵ Quran Surah Al Baqarah: 172

⁶ Tim Penerjemah Al-Qur'an UII, Al-Qur'an dan Tafsir (Yogyakarta: UII Press, 1991),

Dasar ataupun Dalil-dalil yang tertera diatas tersebut semakin menjelaskan betapa pentingnya melakukan sertifikasi halal terhadap produkyang di produksi dan di pasarkan. Hal tersebut menarik perhatian saya sebagai mahasiswa untuk melakukan penelitian terhadap Persepsi pada konsumen terhadap kehalalan produk kopi kemasan yang sudah menjadi salah satu kebutuhan pokok yang keberadaannya sudah menjadi hal wajib yang ada di dapur. Penyebab tersebut yang membuat saya semakin tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh sertifikasi halal terhadap konsumen produk kopi kemasan. Faktor lain yang mendorong saya untuk tertarik melakukan penelitian terhadap permasalahan ini ialah dikarenakan memang belum ada yang melakukan penelitian terhadap Persepsi kehalalan sebuah produk terlebih lagi produk lokal yang memang tersebar dipasaran toko-toko yang terletak di Kabupaten Pringsewu.

B. Fokus Penelitian

Penjelasan yang sudah dijabarkan mengenai bagaimana kondisi yang ada ditengah-tengah masyarakat mengenai mulai banyaknya industri kopi yang mulai mengemas produknya dengan nama ataupun merek yang berbeda beda, maka dapat diambil fokus penelitiannya adalah:

1. Apakah yang menjadi produk kopi dapat dikatakan halal menurut konsumen?
2. Bagaimana kepercayaan konsumen terhadap kopi kemasan di kabupaten Pringsewu?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apa faktor yang menjadikan produk kopi dapat dikatakan halal menurut konsumen
2. Untuk menjelaskan Persepsi Konsumen terhadap kopi kemasan di kabupaten Pringsewu

D. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang menjadi target capaian kami jika penelitian ini sudah jadi dan layak untuk dipublikasi yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, memberikan kontribusi dalam pemikiran ilmiah dan dapat dijadikan sebagai pengembangan bagi keilmuan khususnya pada sertifikasi halal yang dari penelitian serta penulisan yang penulis buat diharapkan melalui hasil penelitian ini tulisannya dapat berperan atau memiliki dampak terhadap kajian ilmiah maupun penelitian baik digunakan sebagai bahan untuk menjadi pengembangan terhadap penelitian selanjutnya ataupun dapat menjadi referensi bagi penelitian serupa di kemudian hari khususnya di kabupaten Pringsewu baik yang Manfaat Praktis Penelitian yang akan dilakukan ini diharapkan dapat membuat sebuah efek yang positif baik bagi kemaslahatan atau manfaat bagi Ppengusaha yang ada di Kabupaten Pringsewu yang khususnya berkecimpung di dunia produksi kopi kemasan sekaligus dapat mempengaruhi peningkatan kualitas baik kualitas sumber daya manusia maupun adanya peningkatan produksi dari produk kopi yang ada di daerah setempat. Bagi konsumen juga bermanfaat sebagai pengetahuan yang membuat konsumen kopi kemasan semakin selektif terhadap pemilihan dan pembelian kopi kemasan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Penjelasan di atas dari mula latar belakang sampai tujuan dari penelitian maka dengan pemilihan judul *Persepsi Konsumen Terhadap Kehalalan Produk Kopi Kemasan (Studi Kasus Produk Kopi Klangeran di Kabupaten Pringsewu)* yang selanjutnya peneliti mencoba melakukan kajian terhadap hasil dari penelitian-penelitian yang dapat dikatakan serupa atau memiliki kajian yang sama dengan penelitian terdahulu dengan sudut pandang yang berbeda dengan apa yang akan peneliti lakukan. Penelitian-penelitian sebelumnya yang serupa dengan penelitian yang akan diteliti antara lain:

Pertama, Hidayati dan Prabowo (2021), “Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Konsumen Kopi Kekinian Yang Telah Memiliki Sertifikasi Halal” membahas mengenai bagaimana keragaman yang ada di tengah-tengah masyarakat mengenai kopi kekinian sebagai salah satu wujud perkembangan dari sebuah inovasi produk kopi yang menjadi salah satu respon dari produsen terhadap konsumen yang mengharapkan adanya sebuah inovasi. Keberagaman inovasi yang beredar belakangan ini sangat banyak penyajian kopi tidak hanya kopi tetapi juga tak jarang dalam proses penyajian dicampurkan dengan susu (jika yang digunakan bukan susu murni), gula (kemungkinan gula yang dipakai bukan gula murni) tak ketinggalan juga alat yang digunakan baik untuk mengolah kopi ataupun alat-alat yang digunakan untuk mengolah beberapa bahan untuk dijadikan minuman kopi kekinian, ataupun kopi yang digunakan

tak jarang terdapat campuran yang digunakan saat mengolah kopi menjadi bubuk.⁷ Kemudian hasil dari penelitian terdapat beberapa hasil yakni karakteristik responden yang didominasi oleh responden usia 18 – 24 tahun yang mendominasi adalah pernyataan sangat setuju dengan adanya sertifikasi halal terhadap produk kopi kekinian baik dari segi pengetahuan maupun dari segi religiusitas. Hasil dari penelitian tersebut bisa menjadi sebuah indeks yang menunjukkan bahwa perintah yang ada dalam Al Quran yang difirmankan Allah ﷻ:⁸

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ
وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ
مَسْئُولًا

Terjemah: *Janganlah engkau mengikuti sesuatu yang tidak kau ketahui. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggung jawabannya.*⁹

Pada penelitian ini berkesimpulan bahwa agama menjadi salah satu faktor yang dominan dalam keputusan untuk mengonsumsi produk kopi dengan label sertifikasi halal walaupun ada sedikit bagian yang menolak keras untuk menjadikan label sertifikasi halal menjadi faktor yang digunakan untuk memutuskan membeli kopi tersebut.

⁷ Prayudi Setiawan Hidayati, Frida Alfi & Prabowo, 'Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Konsumen Kopi Kekinian Yang Telah Memiliki Sertifikasi Halal', *At-Taradhi*, XII (2021), 1–27.

⁸ Quran Surah Al Isra': 36

⁹ Tim Penerjemah Al-Qur'an UII, *Al-Qur'an dan Tafsir* (Yogyakarta: UII Press, 1991), 502.

Ketiga, Ghufira dan Asdim (2021), "Pembinaan Untuk Produk Kopi Halal Kelompok Tani Pangestu Rakyat Desa Baru Manis Kabupaten Rejang Lebong" yang bertempat di Provinsi Bengkulu. Pembahasan yang dibahas mengenai bagaimana banyaknya petani kopi di sekitar Kabupaten Rejang Lebong dan secara otomatis juga di Kabupaten tersebut terdapat kebun kopi yang luas. Konsumen yang Peneliti menjelaskan bahwa penduduk Indonesia sebesar 87 % merupakan masyarakat yang beragama Islam yang membuat sertifikasi halal dalam setiap produk harus memiliki label halal atau melakukan sertifikasi halal terhadap produk yang akan di pasarkan. Indonesia sebagai masyarakat yang mayoritas beragama Islam juag dapat menjadi pasar yang baik untuk menjaankan program sertifikasi halal. Pengabdian yang dilakukan telah mendapatkan sebuah edukasi padar produsen kopi sekaligus petani kopi dalam masa proses pengabdian di Kabupaten Rejang Lebong sehingga masyarakat dapat mengetahui bagaimana langkah awal dalam mendapatkan sertifikasi halal pada produk yang di pasarkan sekaligus membantu pemerintah dalam meningkatkan produk sertifikasi halal yang ada di kabupaten setempat.¹¹

¹⁰ Kurnia Fitra Nanda and Retty Ikawati, 'Hubungan Persepsi Label Halal Mui Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Surakarta', *Journal of Food and Culinary*, 3.1 (2020), 1 <<https://doi.org/10.12928/jfc.v3i1.3597>

¹¹ Ghufira, Irfan Gustian, and Asdim, 'Pembinaan Untuk Produk Kopi Halal Pada Kelompok TaniPangestu Rayat Desa Baru Manis Kabupaten Rejang Lebong', *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas*, 7.1 (2021), 60–69.



Keempat, Segati (2018), “Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan” yang penelitiannya dilakukan oleh Ahda Segati. Penelitian tersebut mengambil data dari jumlah penduduk muslim yang ada di Indonesia sebesar 87,21% dari total keseluruhan penduduk Indonesia yang berjumlah 237.641.326 yang data tersebut diambil dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2010 yang secara tidak langsung hal tersebut juga berdampak pada proses pemasaran oleh produksi yakni dengan mencantumkan label halal pada produk yang di produksi sebagai respon dari konsumen yang mendominasi adalah muslim. Menurut peneliti kontrol yang dilakukan juga selain pada produk lokal seharusnya produk dari luar negeri yang akan masuk ke pasar Indonesia dan akan dipasarkan haruslah melalui proses sertifikasi halal sebagai perlindungan terhadap konsumen di Indonesia khususnya pada masyarakat muslim.¹²

Menanggapi respon terhadap kebutuhan yang semakin mendesak ternyata sertifikasi halal tidak hanya merambah pada produk makanan maupun minuman tetapi juga mulai merambah pada bidang obat-obatan, seperti contoh produk obat yang bermerek Viostin DS yang setelah dilakukan penelitian ternyata mengandung DNA babi yang beritanya sendiri di kutip dari metro tv news dan penggrebakan yang terjadi di lamongan terhadap salah satu toko jamu tradisional yang setelah dilakukan pengglesahan ternyata ditemukan kosmetik yang didalamnya mengandung merkuri yang dapat membahayakan kulit.

¹² Ahda Segati, ‘Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan’, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Isam*, 3 (2018), 1–11.

Pandangan yang terdapat pada sertifikasi halal ternyata sangat berpengaruh pada Catering Aqiqah Nurul Hayat yang memiliki hubungan yang erat dengan sertifikasi halal yang dapat dilihat dari pengaruh penjualan yang naik secara signifikan. Selain dari kualitas produk serta harga yang harus tetap dijaga dari segi kualitas, sertifikasi halal masih mendominasi dalam peningkatan konsumen terhadap produk Catering Aqiqah Nurul Hayat.¹³

Kelima, Budiman (2020) “Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembeli Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia)” yang penelitiannya dilakukan oleh Fathan Budiman yang melakukan penelitian terhadap produk herbal HPAI yang merupakan produk yang berasal dari dalam negeri sekaligus telah tersertifikasi halal oleh Majelis Ulama Indonesia. Penelitian tersebut menjelaskan mengenai perilaku manusia yang di implementasikan dengan keputusan dalam memperoleh, mempergunakan, maupun menggunakan barang dan jasa.¹⁴

Peneliti juga menjelaskan mengenai kemasan pada sebuah produk tidak hanya semata-mata mencari keuntungan yang sebesar-besarnya sesuai dengan prinsip ekonomi tetapi juga mempertimbangkan moral, etika, dan religius.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Fathan Budiman, ‘Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia)’, 6.02 (2020), 379–88.

Proses dalam pengemasan yang dimaksud ialah berupa pengecapan atau pemberian merk yang dilakukan oleh produsen sekaligus menyematkan label halal pada kemasan dari produk yang diproduksi yang pelabelan itu sendiri tidak dilakukan sendiri tetapi dilakukan oleh pihak yang berwenang yakni Majelis Ulama Indonesia (MUI) atau Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika (LPPOM) MUI dengan kriteria yang telah ditentukan untuk mendapatkan cap halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).¹⁵

Produk yang menjadi objek penelitian yaitu PT Herba Penawar Alwahida Indonesia yang lebih terkenal dengan HPAI yang bergerak *dibidang* produk barang konsumsi. Metode penelitian yang digunakan ada beberapa metode pertama melakukan penyebaran kuosioner yang peneliti tersebut memberikan pertanyaan pada responden yang bersifat tertulis untuk dijawab, kemudian melakukan studi Pustaka dengan mencari data dtaa yang ada dari penelitian ataupun buku yang membahas materi yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang berjudul Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembeli Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia) ternyata produk HPAI kurang berdampak pada penjudlan ataupun minat dari konsumen yang membeli maupun memilih produk terebut jika dalam kemasannya terdapat cap halal Majelis Ulama Indonesia (MUI).

¹⁵ *Ibid.* 385.

Ternyata konsumen di Kabupaten Boylali lebih mementingkan jika produk yang di produksi tidak mengandung minyak babi ataupun bahan-bahanyang dilarang oleh agama.¹⁶

Keenam, Rizki (2020), "Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Rempyek Ilham Kecamatan Jelutung Kota Jambi). Peneliti menyampaikan bahwa hak yang dimiliki konsumensangat mudah untuk di langar dikarenakan konsumen tidak terlalu memiliki kontrolterhadap barang yang beredar dipasaran sehingga konsumen hanya dapat menerimadengan pilihan yang ada pada produk yang tersedia. Pristiwa yang terjadi tersebut yang menjadikan peneliti menyimnggung mengenai Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen yang dapat di sebut juga dengan UUPK dengan tujuan di terbitkannya Undang-Undang tersebut sebagai respon darihak-hak konsumen yang seringa tau bahakan mudah sekali dilanggar dan diharapkan dengan adanya Undang-Undang tersebut maka perlindungan akan hak-hak serta kepastian hukum terhadap konsumen dapat dilakukan dengan dasar hukum yang sudah jelas.¹⁷

¹⁶ *Ibid.* 379

¹⁷ Rizki Surya, 'Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (StudiKasus Pada Usaha' (Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2020).

Majelis Ulama Indonesia melalui Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetik (LPPOM) telah melakukan usaha guna melakukan kontrol terhadap produk yang beredar di tengah masyarakat sebagai salah satu bentuk perwujudan dari tujuan lembaga tersebut. Fakta dilapangan yang diperoleh dari studi kasus padausaha rempeyek ilham di kecamatan Jelutung Kota Jambi ternyata kurang sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan atau dengan kata lain fakta yang ada tidak sesuai dengan teori yang ada yang mana ditemukan bahwa seperti minyak goreng yang digunakan untuk menggoreng rempeyek ternyata menggunakan minyak daur ulang yang pada dasarnya kurang layak untuk digunakan sebagai produk yang akan di pasarkan ke konsumen. Peneliti memberikan sebuah kesimpulan yang menyatakan bahwa sertifikasi halal memiliki peran yang dominan terhadap pemilihan yang dilakukan konsumen dalam pembelian produk dengan kata lain sertifikasi halal memiliki peran sebagai pertimbangan konsumen dalam keputusan untuk membeli sebuah produk.¹⁸

¹⁸ Surya. 61.

Ketuju, Ashari (2019), "Pengaruh Pengetahuan Produk dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pebelian Produk Farmasi di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun" Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah.

Membahas terkait masalah keputusan yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pemilihan dalam menentukan sebuah produk layak dibeli atau tidak dapat diketahui dari perasaan konsumen setelah menggunakan produk dan tingkat emosi dari konsumen secara tidak langsung juga terpacu untuk semakin tertarik dan suka terhadap sebuah produk yang jika disusun secara sistematis maka sebelum membeli maka konsumen mempertimbangkan aspek pertama yakni dengan mengenali kebutuhannya sendiri, kemudian konsumen mulai mencari informasi mengenai produk tersebut dan dibandingkan dengan kebutuhan yang sedang diperlukan, ketiga melakukan evaluasi terhadap beberapa produk dan berusaha mencari produk yang memang mendekati dari kebutuhan yang diperlukan, keempat konsumen akan melakukan pembelian setelah semua langkah telah dilewati, dan yang terakhir adalah konsumen akan melakukan sebuah review atau melakukan sebuah evaluasi dari produk yang telah digunakan sekaligus melakukan pertimbangan apakah produk ini layak untuk dibeli Kembali atau tidak.¹⁹

¹⁹ Mela Ashari, 'Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi Di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun', *Skripsi*, 2019.

Pengetahuan produk juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan konsumen dapat menjatuhkan pilihan yang dalam pembahasan inipengetahuan yang dimaksud adalah mengenai sertifikasi halal Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang ditandai dengan adanya logo cap halal pada sebuah produk yang dihasilkan dan disebarakan ke pasaran. Sertifikasi halal merupakan sebuah pembahasan yang bersumber dari prinsip yang dimiliki oleh agama Islam yang melakukan standarisasi terhadap produk apakah produk tersebut baik, aman, serta dapat dikonsumsi selayaknya produk yang harusnya diberikan pada konsumen. Sertifikasi halal ternyata masih berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian dari pemilihan yang dilakukan sebelum melakukan pembelian produk farmasi di desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun.²⁰

²⁰ Ashari. 13.

Kedelapan, Pane (2017), “Analisis Perilaku Konsumen Atas Penerapan Labelisasi Halal dalam Suatu Produk (Studi Kasus UD. Sariwangi Tangerang). Penelitian yang dibuat oleh Pane membahas mengenai produk bakso yang di produksi mencantumkan logo halal pada produk yang diproduksi yang sasaran konsumen yang dituju merupakan orang dengan mayoritas beragama muslim yang memegang dalam agama Islam sendiri sangat memperhatikan produk makanan dalam sisi kehalalannya. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada informan menunjukkan bahwa produk bakso UD. Sari Wangi yang mencantumkan logo halal pada produknya membuat imbas pada konsumen yang jadi merasa aman dan nyaman dalam membeli dan mengkonsumsi produk bakso tersebut yang sekaligus menaikkan omset dari UD. Sari Wangi yang semula Rp. 242.681.250,00 menjadi Rp. 323.575.000,00 yang menjadikan kehalalan dengan mencantumkan sertifikasi halal mewujudkan sebuah dampak positif dari segi pemasaran dan Persepsi Konsumen.²¹

Penelitian-penelitian yang telah di jelaskan diatas jika disimpulkan maka terdapat kesamaan dan perbedaan yang terdapat bila dibandingkan dengan penelitian yang akan peneliti teliti antara lain:

²¹ Ridwan Muhammad Pane, ‘Analisis Perilaku Konsumen Atas Penerapan Labelisasi Halal Dalam Suatu Produk (Studi Kasus UD. Sariwangi Tangerang)’, *Jurnal Mozaik*, 9.2 (2017), 142–50

Kesamaan yang sangat jelas terlihat terletak pada pokok pembahasan pada semua penelitian mengenai sertifikasi halal yang sudah menjadi kewajiban yang seharusnya dipenuhi oleh pengusaha produk pangan untuk menyematkan cap atau logo halal pada kemasan produk dan dampak yang diperoleh dari segi keputusan konsumen mengenai Persepsi Konsumen terhadap apa yang telah diperoleh pada sebuah produk pangan juga mempengaruhi keputusan konsumen. Persamaan yang terjadi antara semua penelitian di atas dengan penelitian yang akan saya lakukan beberapa membahas atau menentukan objek produk yang dipilih ialah produk yang sama yaitu kopi.

Perbedaan yang jelas yaitu produk yang akan saya teliti merupakan sebuah produksi kopi yang berawal dari produk rumahan dan sekarang sudah berkembang dan melebarkan sayap dengan membangun pabrik produksi kopi kemasan dengan nama Kopi Klungenan yang produknya sendiri sudah tersebar di kabupaten Pringsewu sendiri. Kemudian perbedaan yang terdapat antara semua jurnal di atas dengan penelitian yang akan saya lakukan terletak pada lokasi penelitian dan akan menelisik seperti apa pengertian serta pemahaman yang dimiliki oleh konsumen kopi yang memang pada dasarnya sudah halal ini mengenai pemahaman mengenai kehalalan menurut konsumen.

B. Kerangka Teori

1. Persepsi

Persepsi merupakan suatu hal yang bertitik berat pada konsumen terkait dengan pemilihan ataupun pembelian produk baik dilihat dari objek maupun manfaatnya. Hubungan yang dapat dilakukan atau terkoneksi antara produsen dengan konsumen adalah persepsi karena melalui persepsi tersebut maka konsumen secara otomatis kebanyakan menyebarkan produk pada orang lain baik secara langsung maupun media sosial yang menjadikan hal tersebut bermanfaat bagi produsen disebabkan karena fenomena tersebut secara tidak langsung telah melakukan sebuah pengiklanan pada produk dengan melibatkan konsumen tanpa ada bayaran ataupun kontrak untuk melakukan pengiklanan tersebut.

Menurut Mowen dan Minor menyebutkan pengertian persepsi yaitu pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen terhadap sebuah produk yang dengan pengetahuan tersebut menjadi sebuah kesimpulan yang dibuat oleh konsumen terhadap objek, atribut, dan manfaatnya. Objek yang dimaksud berupa produsen, produk, serta perusahaan, sedangkan atribut menyangkut pada fitur yang ada pada produk dan karakteristik, dan manfaat berartisesuatu yang baik bagi konsumen dan ada pada produk.²²

²²Hariyati Rohmah, 'Analisis Pengaruh Persepsi, Kemudahan, Kualitas Informasi, Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2016-2018 UIN Walisongo Di Marketplace Shopee' (UIN Walisongo, 2019).

2. Persepsi Konsumen

Konsumen merupakan akhir dari tujuan dari segala macam cara yang digunakan untuk melakukan sebuah pemasaran. Pengertian mengenai persepsi yang dikemukakan oleh Rofiq (2007) menyatakan bahwa persepsi merupakan keyakinan yang oleh konsumen sebagai persetujuan untuk melakukan sebuah transaksi antara produsen dengan konsumen yang konsumen menganggap bahwa kewajiban yang perlu ada dan dipenuhi untuknya sudah tercakup dalam produk tersebut.²³

Pengertian tersebut menunjukkan bahwa dalam membangun sebuah Persepsi pada konsumen membutuhkan waktu dan tahap-tahap yang tidak sebentar karena meyakinkan konsumen untuk percaya melalui produk itu sendiri tidak mudah karena cara yang ditempuh bukan dengan melakukan komunikasi secara langsung tetapi komunikasi yang dilakukan hanya sebatas melalui transaksi ataupun produk yang dimiliki oleh produsen.

Konsumen akan merasakan sebuah kepercayaan yang timbul melalui adanya kepuasan terhadap produk jika keinginan serta kebutuhan yang memang diperlukan oleh konsumen data dipenuhi secara baik dan sesuai harapan.²⁴

²³ Syafaruddin, Suharyono, and Srikandi Kumadji, 'Pengaruh Komunikasi Electronicword Of Mouth Terhadap Persepsi (Trust) Dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Online Shopping Zafertech.Com)', *Bisnis Dan Manajemen*, 3.1 (2016), 65–72 <[http://e-journal.uajy.ac.id/4795/1/Artikel .pdf](http://e-journal.uajy.ac.id/4795/1/Artikel.pdf)>.

²⁴ Aep Nurbani and others, 'Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Persepsi Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen', *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16.2 (2019), 109 <<https://doi.org/10.33370/jmk.v16i2.346>>.

Berbicara mengenai kepuasan hal yang sebaiknya perlu untuk diketahui yakni pengertian, kepuasan merupakan sebuah rasa yang dilampiaskan dengan kegembiraan dan kesenangan yang menyelimuti perasaan konsumen baik saat membeli maupun mengonsumsi produk tersebut.²⁵

Persepsi juga merupakan situasi yang dialami oleh seseorang serta berpengaruh juga pada konteks sosialnya yang kedua-duanya dilandaskan pada kondisi mental yang terjadi pada konsumen.²⁶

3. Keputusan Konsumen

Salah satu tahap yang dilakukan saat akan membeli sebuah produk atau barang yaitu dengan melakukan sebuah proses pengambilan keputusan yang merupakan salah satu tahapan sebelum konsumen membeli barang atau produk dari beberapa pilihan yang ada.²⁷

Penggunaan logo halal akan sangat efektif dalam membentk persepsi konsumen untuk membeli barang tersebut. Sehingga hal ini membuat konsumen membuat keputusan dengan lebih cepat tanpa perlu berpikir Panjang mengenai produk yang akan di beli.

²⁵ Nurbani and others. 111.

²⁶ Rudy Wenas, Rotinsulu Jorie, and Oktavianus Taroreh, 'Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Persepsi Terhadap Penggunaan Jasa Asuransi Pada Asuransi Jasindo Manado', *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3.3 (2015), 312–21 <<https://doi.org/10.35794/emba.v3i3.9388>>.

²⁷ Doni Marlius, 'Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang', *Pundi*, 01 (2017), 57–66.

Prilaku yang ditemukan pada konsumen dalam membeli baik sebelum ataupun sesudah dapat di klasifikasikan menjadi tiga bagian yakni mengenai harga yang ditawarkan oleh produsen apakah sesuai dengan perbandingan uang yang dikorbankan untuk membeli produk tersebut yang secara langsung juga mengarah pada jumlah atau banyaknya produk yang didapat oleh konsumen sesuai dengan pengorbanan biaya yang dikeluarkan dan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen berupa karakteristik pribadi seperti pekerjaan, gaya hidup, situasi ekonomi, maupun umur konsumen tersebut.²⁸

Hal tersebut menjadi pengaruh yang dominan dalam keputusan konsumen untuk memilih ataupun membeli sebuah produk. Komponen lain yang menyebabkan konsumen menaruh keputusan untuk membeli sebuah produk adalah dengan melihat *brand* atau merek yang tertera pada kopi kemasan yang ada di bungkus kopi tersebut, tak jarang konsumen Ketika datang ketoko ataupun warung yang dituju langsung menanyakan produk kopi kemasan dengan menyertakan merek yang sudah biasa di beli yang itu dapat menunjukkan bahwa saat melakukan pembelian pertama konsumen tersebut sudah merasa sesuai dengan harga maupun jumlah yang didapat dalam transaksi yang dilakukan yang menyebabkan konsumen tersebut Kembali untuk membeli produk tersebut tanpa mau diberikan produk dengan brand lain walaupun dengan harga yang lebih murah.

²⁸ *Ibid.* 3

4. Produsen Produk Kopi Kemasan

Salah satu produk yang banyak di temui di Kabupaten Pringsewu dan bahan yang menjadi bahan baku dari produk tersebut juga berasal dari daerah setempat yakni kopi bubuk. Kopi bubuk sendiri sebelum produksi baik yang bersifat rumahan atau produksi dalam skala besar menjamur di Kabupaten Pringsewu juga sudah banyak dikenal oleh warga Kabupaten Pringsewu yang perbedaannya mendasar yang dapat dilihat dari sebelum dan setelah kopi bubuk ini dijadikan sebuah usaha mikro kecil menengah (UMKM) memang sudah banyak ditemui tetapi dahulu yang ditemukan tak jarang masih berupa biji kopi yang jika ingin dikonsumsi ataupun menyimpan sebagai bahan konsumsi harus melakukan penggilingan terlebih dahulu baik digiling dengan alat sendiri maupun dibawa ke tempat penggilingan.

Semakin bertambahnya kebutuhan dan minat masyarakat terhadap kopi maka mulai beberapa masyarakat melihat potensi yang ada di dalam kopi itu sendiri dan berbarengan dengan itu maka kopi kemasan yang diberi brand atau merk mulai bermunculan sehingga masyarakat ataupun konsumen memiliki pilihan yang banyak untuk memilih produk kopi yang memang sesuai baik sesuai dengan kebutuhan ataupun sesuai dengan selera konsumen itu sendiri. Berbicara mengenai brand kopi kemasan setidaknya di Kabupaten Pringsewu sendiri sudah ada 6 merk kopi kemasan yang sering dijumpai di toko-toko ataupun warung-warung di sekitar masyarakat.

5. Perilaku Konsumen

Salah satu aspek yang menyebabkan seorang konsumen menaruh Persepsi pada suatu produk yakni dengan usaha yang dilakukan oleh produsen ataupun sales sebagai orang yang secara langsung turun ke toko-toko ataupun langsung turun ke konsumen untuk memasarkan serta melakukan kontak secara langsung yang hal tersebut dapat di manfaatkan sebagai salah satu cara yang dapat diketahui yang dapat di pergunakan sebagai perbaikan dari produk yang dikonsumsi sebagai upaya untuk mengembangkan produk agar semakin lebih baik. Pemahaman sebagai pendekatan yang ditempuh guna untuk mengetahui lebih jauh apa yang sedang di butuhkan, di inginkan, dan di cari oleh konsumen terhadap produk yang di tawarkan.²⁹

Hal tersebut dapat berdampak pada inovasi yang dilakukan oleh produsen dapat lebih terarah dan memiliki tujuan yang jelas sebagai respon dari pendapat yang langsung di peroleh dari orang yang menjadi sasaran pemasaran. Respon mengenai konsumen sebagai sasaran pasar terhadap produk tidak hanya di tanggapi secara langsung oleh produsen tetapi dalam bidang akademis juga ikut menanggapi dengan penelitian yang dilakukan dan selalu mengalami perkembangan.

²⁹ Totok Subianto, 'Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3 (2007), 165–82

Lebih lanjut lagi jika dilihat dari perilaku konsumen tak dapat dilepaskan dari sikap dan keinginan konsumen yang sering ditemui sering berbeda antara satu individu dengan individu lainnya.³⁰

Mengutip dari pendapat yang dikemukakan oleh Mangkunegara (2002) menjelaskan bahwa perilaku konsumen merupakan Tindakan-tindakan yang dilakukan oleh konsumen yang mengacu pada individu, kelompok, atau organisasi yang memiliki tujuan untuk mendapatkan barang-barang dan jasa yang dalam pengambilan keputusan atau pilihan yang dipengaruhi oleh lingkungan.³¹

Perilaku ataupun keputusan untuk memilih sebuah produk yang dilakukan oleh konsumen tidak selamanya sama jika dilihat dari segi faktor yang menyebabkan konsumen melakukan putusan untuk memilih sebuah produk tidak hanya terfokus pada satu pandangan tetapi jika ditelisik lebih jauh maka konsumen yang merupakan masyarakat dan masyarakat sendiri memiliki sifat social yang selalu berbaur dan berkomunikasi dengan kelompok maupun dengan lingkungannya sehingga percakapan yang dilakukan tak jarang membuat konsumen membentuk pikiran dalam menentukan pemilihan sebuah produk menjadi berkembang dan berubah sehingga produsen secara tidak langsung juga harus menyikapi perubahan tersebut secara intensif.³²

³⁰ Ashari. 167.

³¹ *Ibid.* 168

³² *Ibid.* 169.

Perilaku konsumen yang dilihat dari segi pengambilan keputusan Konsumen menjadi pelaku utama dalam perkembangan ataupun inovasi yang dilakukan oleh produsen yang mana produsen yang memiliki keinginan untuk terus berkembang maka hal tersebut menjadi salah satu konsentrasi yang harus dilakukan yakni dengan melihat apa saja alasan-alasan yang dimiliki oleh konsumen dalam pengambilan keputusan yang dilakukan.

Faktor yang juga tidak kalah penting yakni dengan melihat baik dari segi kejiwaan serta faktor eksternal yang menjadikan konsumen menjatuhkan pilihan pada sebuah produk karena hal-hal tersebut perlu dilakukan oleh produsen yang biasa dilakukan oleh sales yang memang secara langsung turun kelapangan dalam rangka melakukan pemasaran produk secara langsung pada pasar ataupun toko-toko yang memang menjadi sasaran dari konsumen itu sendiri.³³

Kemudian berbicara mengenai faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dapat dilihat dari tujuan pemasaran yang membuat sebuah strategi agar konsumen merasa perlu untuk membeli produk tersebut tetapi hal tersebut tidak bisa direalisasikan secara mudah karena pada dasarnya yang membentuk minat belanja adalah konsumen bukan produsen karena titik kontrol dalam produk yang ada di pasaran ialah konsumen.

³³ *Ibid.* 170.

Pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen jika dilihat dari faktor yang dapat mempengaruhi pembelian konsumen dapat dibagi menjadi dua yakni

a. Faktor Internal

Pengaruh yang diperoleh dari keputusan konsumen berupa faktor internal yang bersumber dari dalam diri konsumen yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) Motivasi

Merupakan faktor pertama yang mempengaruhi perilaku konsumen secara internal disebabkan hal ini yaitu berupa motivasi sangat diperlukan karena dalam pemilihan produk sebelum dilakukan sebuah pembelian oleh konsumen harus ada sebuah motivasi yang merupakan dorongan yang timbul dari diri seseorang untuk mendapatkan sesuatu baik secara sadar ataupun tidak sadar.³⁴

³⁴ Dikutip dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

2) Kepribadian

Konsumen jika dilihat dari segi individu maka memiliki kepribadian yang beragam. Kepribadian sendiri dapat diartikan sebagai sesuatu yang dimiliki oleh seseorang yang bersifat dinamis yang berlanjut pada bagaimana seseorang tersebut dalam berfikir, melihat, beradaptasi, maupun bertindak sesuai dengan lingkungannya dan memiliki dampak terhadap tingkah laku yang antara manusia satu dengan lainnya berbeda.³⁵

3) Pembelanjaan

Hal mengenai pembelanjaan merupakan faktor internal yang terdapat pada diri konsumen karena konsumen selain membeli juga mengonsumsi apa yang telah dibelanjakan yang berpengaruh pada pembelanjaan yang dilakukan oleh konsumen.

4) Sikap

Konsumen memiliki sikap yang antara satu dengan lainnya berbeda. Sikap sendiri merupakan tindakan yang diambil oleh konsumen baik melalui sikap ataupun pendirian yang mempengaruhi dalam proses keputusan yang dilakukan dalam memilih produk.

³⁵ Edi Riadi, 'Pengaruh Kepribadian, Kecerdasan Emosional, dan Perilaku Kewargaan Organisasi Terhadap Kinerja Kepala Sekolah Menengah Atas Dan Kejuruan Di Kota Tangerang', *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2012, 432-41.

5) Persepsi Konsumen

Pendapat yang diberikan ataupun yang dilempar di tengah-tengah lingkungan juga sangat mempengaruhi dalam proses pemilihan produk. Persepsi dapat diartikan sebagai pendapat yang diberikan oleh konsumen terhadap sesuatu.

6. Kategori Makanan Halal

a. Halal Menurut Fiqih

Halal jika dilihat dari sudut pandang Islam berasal dari bahasa Arab dari kata *halla* yang memiliki arti lepas dan secara istilah kata *halal* sendiri berarti sesuatu yang boleh dilakukan dikarenakan di dalamnya tidak ada unsur yang dilarang menurut agama.³⁶ Dalil yang terkait dengan halal sebagai berikut:³⁷

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemah: *Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*³⁸

³⁶ Hasyim Asy'ari, 'Kriteria Sertifikasi Halal Dalam Perspektif Ibnu Hazm Dan MUI' (UIN Syarif Hidayatullah, 2011).

³⁷ Quran Surah An Nisa: 29

³⁸ Tim Penerjemah Al-Qur'an UII, Al-Qur'an dan Tafsir (Yogyakarta: UII Press, 1991), 146

Kemudian halal yang dimaksud menurut salah satu ulama yakni Ibn Hazm yang mengatakan dalam kitab *Al-muhalla* diterangkan bahwa kehalalan makanan pada dasarnya sudah terdapat penjelasannya di dalam Al Qur'an dan Hadist yang menyebabkan makanan dapat dikatakan halal yang berimbas pada status makanan sudah terlihat dan jelas maka dapat dikonsumsi sesuai dengan yang Allah ﷻ.⁴⁰

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمْ الْمَيْتَةُ وَالِدَمُّ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ
وَمَا أَهَلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ
وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبْعُ إِلَّا مَا
ذَكَيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا
بِالْأَزْلَامِ ذَلِكَ فِسْقٌ الْيَوْمَ يَيسُ الَّذِينَ
كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ الْيَوْمَ
أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ
لَكُمْ الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنْ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ
مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Terjemah: *Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging hewan) yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang (sempat) kamu sembelih.198) (Diharamkan pula) apa yang disembelih untukberhala. (Demikian*

pula) mengundi nasib dengan azlām (anakpanah),199) (karena) itu suatu perbuatan fasik. Pada hari ini 200) orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu. Oleh sebab itu, janganlah kamu takut kepada mereka, tetapi takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Aku sempurnakan agamamu untukmu, telah Aku cukupkan nikmat-Ku bagimu, dan telah Aku ridai Islam sebagai agamamu. Maka, siapa yang terpaksa karena lapar, bukan karena ingin berbuat dosa, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.⁴¹

³⁹ *Ibid.* 47.

⁴⁰ Al Quran Surah Al Ma'idah: 3

⁴¹ Tim Penerjemah Al-Qur'an UII, Al-Qur'an dan Tafsir (Yogyakarta: UII Press, 1991), 187.

Beliau juga memberikan penjabaran terhadap syarat-syarat yang harus dipenuhi agar makanan dapat dikategorikan sebagai makanan halal, yakni:⁴²

- 1) Tidak ada unsur yang mengandung babi baik produk atau bahan.
- 2) Tidak terdapat bahan-bahan yang diharamkan seperti; kotoran manusia, organ manusia, khamr dan lain sebagainya.
- 3) Tidak halal karena ada darah yang terlihat mengalir ataupun tidak mengalir pada makanan.
- 4) Jika bahan yang digunakan berasal dari hewan maka saat penyembelihan harus mengucapkan "Bismillahirrohmanirrohim".
- 5) Sertifikasi yang masa berlakunya sudah berakhir tidak boleh dipergunakan dengan maksud apapun.

b. Halal Menurut Undang-Undang

Mengetahui bahwa negara Indonesia merupakan negara hukum maka di berlakukannya kehalalan di Indonesia juga terdapat pada Undang-Undang melalui Peraturan Pemerintah (PP) nomor 33 tahun 2014 yang menyatakan bahwa produk halal adalah produk yang didalamnya tidak terdapat pada proses ataupun bahan turunan yang mengandung bahan-bahan yang dilarang oleh

syariat Islam.⁴³ Proses produksi yang dimaksud juga dijelaskan bahwa pengelolaan, penyediaan bahan, penyimpanan, pendistribusian, penyajian, dan penjualan.

⁴² *Ibid.* 56.

⁴³ Republik Indonesia, Undang-undang Nomer 33 Tahun 2014, Bab 1, pasal 1.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Penelitian yang akan dilakukan setelah melihat dari latar belakang dan rumusan masalah maka jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian lapangan yang merupakan penelitian yang untuk mendapatkan hasil dari sebuah penelitian dengan terjun langsung ketengah-tengah masyarakat untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dengan sifat yang dimiliki terbuka dan fleksibel.⁴⁴ Keterbukaan yang dihadirkan berupa pertanyaan yang dapat dijelaskan sesuai dengan pemikiran informan tanpa ada tekanan dari peneliti dan fleksibel berarti apa yang terjadi selama masa penelitian seorang peneliti dapat merubah rumusan masalah.⁴⁵

Pendekatan yang dilakukan dalam melakukan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang memang cocok digunakan untuk menyikapi penelitian yang menggunakan penjabaran secara deskriptif mengenai data yang disajikan. Penelitian yang akan dilakukan merujuk pada pendekatan tersebut dikarenakan peneliti ingin merespon dengan melakukan penelitian terhadap masyarakat yang disini adalah konsumen dari kopi kemasan dari pabrik kopi Kemasan yang bertempat di kabupaten pringsewu terhadap Persepsi kehalalan terhadap produk terkait.

⁴⁴ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Surakarta, 2014).

⁴⁵ *Ibid.* 48.

B. Tempat dan Lokasi Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian pada kesempatan kali ini bertempat di Kabupaten Pringsewu.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di beberapa toko yang menjadi toko langganan yang biasa di setor untuk menemukan konsumen dari produk kopi kemasan dengan *brand* Kopi Keasan di kabupaten Pringsewu.

C. Sumber Data

Data yang akan menjadi sumber untuk peneliti gunakan pada penelitian ini adalah sumber data primer yang merupakan data- data yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan dan bertujuan mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian secara langsung dari informan yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Penggunaan sumber data juga di dukung oleh sumber data sekunder guna sebagai pendukung bagi sumber data primer.

D. Informan Penelitian

Informan yang akan dipilih pada penelitian ini adalah konsumen dari produk kopi kemasan yang memang mengetahui secara detail mengenai produk kopi kemasan dari sudut pandang konsumen.

E. Teknik Penentuan Informan

Sampel akan ditentukan secara *Accidental Sampling*, yaitu dengan metode memilih secara acak informan yang dijadikan sebagai narasumber, dengan kata lain informan yang dipilih yang memang kebetulan pada saat peneliti bertemu dengan konsumen secara langsung disalah satu toko maka akan langsung dijadikan sebagai informan.⁴⁶

F. Teknik Pengumpulan Data

Pembahasan mengenai teknik pengumpulan data yang akan digunakan untuk memperoleh data berupa primer ataupun skunder, adalah:

1. Observasi

Cara yang dilakukan melalui observasi secara praktik dilakukan dengan cara melakukan pengamatan sekaligus melakukan pendekatan langsung yang harus diingat sebagai tahap penjangkauan langsung ke lapangan terhadap permasalahan yang akan diteliti.⁴⁷ Metode ini digunakan sebagai salah satu jalan yang ditempuh untuk mengetahui secara langsung bagaimana respon yang diberikan oleh konsumen terhadap sertifikasi halal pada produk kopi kemasan.

⁴⁶ Diah Meidatuzzahra, 'Penerapan Accidental Sampling Untuk Mengetahui Prevalensi Akseptor Kontrasepsi Suntikan Terhadap Siklus Menstruasi', *Avesina*, 13.1 (2019), 19–23.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, ed. by Sutopo, kedua (Bandung: Alfabeta, cv, 2019).

2. Wawancara (Interview)

Pencarian informasi yang dilakukan pada metode ini lebih terfokus pada laporan mengenai diri sendiri yang didasarkan pada keyakinan atau hal yang diketahui oleh informan terhadap apa yang ditanyakan oleh peneliti yang secara istilah sering disebut dengan wawancara.⁴⁸ Metode wawancara pada penelitian kali ini dilakukan dengan cara tatap muka atau *face to face* antara peneliti dan informan yang dijadikan sebagai narasumber guna mencari informasi yang objektif mengenai sertifikasi halal pada produk kopikemasan di Kabupaten Pringsewu terkhusus pada produk kopi kemasan.

Kemudian mengenai wawancara yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara bebas terpimpin yang memiliki konsep wawancara yang jawaban dari narasumber tidak bisa ditentukan oleh peneliti tetapi jawaban bebas dikatakan sesuai dengan yang diketahui narasumber dan terpimpin yang dimaksud yakni wawancara yang dilakukan antara peneliti dan narasumber secara tidak langsung alur yang terjadi dalam sesi wawancara tetap dalam kontrol dari peneliti agar apa yang di bicarakan tidak melebar pada pembicaraan lain dan terfokus pada tujuan yang dibuat oleh peneliti.

⁴⁸ *Ibid.* 203.

Setelah wawancara dilakukan hasil yang diharapkan akan muncul berupa skema yang terjadi di tempat atau lokasi penelitian terhadap keputusan konsumen terhadap produk kopi kemasan di Kabupaten Pringsewu yang dapat dilihat bagaimana fakta dilapangan mengenai respon produsen, penjual, dan terkhusus konsumen mengenai Persepsi Konsumen terhadap kehalalan produk dan mencari informasi pengetahuan konsumen terhadap halal itu sendiri.

Penelitian ini memfokuskan mengenai respon atau pendapat masyarakat mengenai apa dan bagaimana produk yang ada dapat dikatakan halal. Mengenai Batasan yang akan dilakukan dalam penelitian ini hanya sebatas melakukan penelitian terhadap Persepsi Konsumen terhadap kehalalan produk kopi yang dipasarkan oleh produsen kopi kemasan.

G. Keabsahan Data

Data yang sudah di dapatkan sebelum dilakukan publikasi maka data tersebut harus dicek keabsahannya dan pada penelitian ini untuk melakukan pengecekan keabsahan data menggunakan Triangulasi sumber yang berarti data yang diperoleh diuji lagi dengan melakukan wawancara pada orang-orang yang terkait dengan informan atau dengan informan lainnya dan data yang didapat dideskripsikan, dikategorisasikan baik berupa padangan yang sama atau berbeda. Data yang telah didapat tersebut di jadikan sebuah kesimpulan yang nanti akan di sepakati antara semua pihak.⁴⁹

H. Teknik Analisis Data

Penjelasan yang telah dijabarkan pada pembahasan di atas bertujuan untuk mencari jalan guna mendapatkan data yang dibutuhkan baik data primer ataupun sekunder secara lengkap. Teknik yang dilakukan dalam menganalisis data yang sudah diperoleh dengan metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan menyajikan data-data yang di temukan dalam proses penelitian tanpa tambahan dalam hasil yang dilakukan orang lain ataupun peneliti sendiri. Penelitian yang dilakukan dengan metode yang telah dijelaskan di atas akan melakukan penelitian terhadap Persepsi Konsumen yang dihadapkan pada produk kopi kemasan yang beredar di pasaran. Merujuk pada Undang-Undang Nomer 33 tahun 2014 yang berisitentang jaminan produk halal (JPH) yang salah satunya memuat mengenai kewajiban sertifikasi halal baik pada produk pangan, obat-obatan, dan kosmetik peneliti mencoba mengungkap apakah fakta dilapangan dengan menemui produsen, konsumen, dan pemilik toko untuk menemukan pengetahuan mengenai kehalalan dan bagaimana produk kopi kemasan menjadi faktor yang membuat konsumen memilih produk kopi tersebut.

Kajian yang di lakukan akan dibatasi pada konsumen yang memang mengkonsumsi produk kopi yang terdapat di Kabupaten Pringsewu dan penelitian berfokus pada pengetahuan mengenai kehalalan produk dan faktor yang mendorong konsumen untuk membeli produk kopi kemasan. Subjek yang menjadi sasaran untuk diteliti dapat memberikan informasi pula mengenai Persepsi Konsumen mengenai kehalalan sebuah produk.

⁴⁹ Sugiyono

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Kabupaten Pringsewu

Kabupaten Pringsewu merupakan wilayah yang secara administrasi termasuk salah satu Kabupaten dari jumlah total lima belas (15) Kabupaten yang terdapat di Provinsi Lampung yang Kabupaten Pringsewu ini memiliki semboyan yang berasal dari bahasa Lampung yaitu *Jejama Secancangan* yang berarti bergandeng tangan atau gotong royong. Kabupaten Pringsewu sendiri terbentuk melalui pemekaran dari Kabupaten Tanggamus yang kemudian menjadi daerah otonomi sendiri yang tercatat secara resmi berdasarkan Undang-Undang Nomor 48 tahun 2008 dengan peresmian secara simbolik yang dilakukan oleh Menteri dalam Negeri (Mendagri) yakni Haji Mardianto pada 3 April 2009. Bupati pertama yang ditunjuk sebagai kepala daerah di Kabupaten Pringsewu adalah Haji Masdulhak dan dilanjutkan oleh Haji Helmi Mahmud, kemudian Haji Sudarno Edi sampai diadakan pemilihan umum pertama di Kabupaten Pringsewu pada tanggal 23 November 2011.⁵⁰

⁵⁰ Pringsewu, Kabupaten., "Tentang Pringsewu" dalam <http://www.pringsewukab.go.id/pages/tentang-pringsewu>, diakses pada tanggal 19 Februari 2022, pukul 19.40 wib.

Secara geografis Kabupaten Pringsewu di diami oleh masyarakat yang bermukim sebanyak 475.353 dan memiliki luas wilayah 625 km² yang menjadikan Kabupaten Pringsewu sebagai Kabupaten dengan wilayah terkecil sekaligus terpadat di Provinsi Lampung dengan cakupan beberapa kecamatan, yakni:

Tabel 4.1 1 Daftar Kecamatan Kabupaten Pringsewu

No	Nama Kecamatan	Jumlah Kelurahan
1	Adiluwih	13
2	Ambarawa	8
3	Banyumas	11
4	Gading Rejo	15
5	Pagelaran	22
6	Pagelaran Utara	10
7	Pardasuka	13
8	Pringsewu	15
9	Sukoharjo	16
Total		131

Tabel diatas menunjukan Kabupaten Pringsewu merupakan kabupaten yang sudah berkembang dengan baik dari segi pemekaran wilayah sehingga mempermudah masyarakat dalam mengurus administrasi dan hal-hal lain yang berhubungan dengan pemerintahan. Jika diperhatikan dengan seksama dan teliti maka dari nama-nama Kecamatan yang ada di Kabupaten Pringsewu maka bagi orang yang tidak asing dengan daerah-daerah di pulau Jawa mengetahui bahwa nama daerah yang ada di Kabupaten Pringsewu memiliki banyak kesamaan dari segi nama dengan wilayah yang ada di pulau Jawa.

Bahkan jika peneliti mencoba mendatangi beberapa kecamatan ataupun kelurahan yang ada di Kabupaten Pringsewu maka masyarakat yang tinggal disana mayoritas merupakan masyarakat dengan suku jawa dan kultur yang sudah menjadi kebiasaan di tengah-tengah masyarakat merupakan kabiasaan yang ada di daerah Jawa Tengah maupun Jawa Timur dengan perpaduan kebiasaan yang ada di daerah setempat.

Fakta yang ada dan ditemukan di lapangan terhadap hal tersebut tercipta bukan tanpa sebab karena jika runtut dari sejarah awal berdirinya kabupaten Pringsewu secara historis dimulai dari terlahirnya sebuah tiyuh atau yang dalam bahasa Indonesia berarti perkampungan yang bernama Margakaya pada tahun 1738 Masehi dengan penghuni pertama yang menginjakan kaki di Tiyuh Margakaya yakni masyarakat asli Lampung Pubian yang berada di tepi aliran sungai Way Tebu yang berada di bagian selatan dari pusat kota Kabupaten Pringsewu dengan jarak tempuh sejauh 4 (empat) kilometer.⁵¹

Beranjak pada 187 tahun kemudian lahirlah pekon yang dinamakan Pekon Pringsewu yang resmi berdiri tepatnya pada tanggal 9 November 1925 yang sebelum terbentuknya pekon Pringsewu itu sendiri didahului dengan kedatangan dari kelompok masyarakat pulau Jawa yang berasal dari Bagelan, Pekon Gedongtataan. Masyarakat dapat datang dan sampai ke Pekon Pringsewu ini berkat program kolonisasi yang dilakukan pada masa colonial Belanda sebagai salah satu upaya Belanda untuk memanfaatkan sumber daya alam sekaligus juga mengurangi kepadatan penduduk yang ada di Pulau Jawa.

⁵¹ Pringsewu, Kabupaten., "Tentang Pringsewu" dalam <http://www.pringsewukab.go.id/pages/sejarah-kabupaten-pringsewu>, diakses pada tanggal 19 Februari 2022, pukul 20.30 WIB.

Asal usul dari tercetusnya nama pekon Pringsewu sendiri berawal dari masyarakat yang berasal dari Bagelan yang baru sampai di sekitar Tiyuh Margakaya mulai membuka lahan dengan memabat pepohonan yang ada di sekitar tempat yang akan dijadikan pemukiman. Pada saat pembabatan tersebut masyarakat merasa heran terhadap bambu yang ada di tempat tersebut sangat banyak dan berlanjut pada penamaan Pekon Prigsewu yang dalam bahasa jawa jika diartikan ke bahasa Indonesia berarti bambu seribu.⁵²

Berlanjut pada tahun 1936 lahirlah kawedanaan Tataan yang diresmikan di Gedung Pendopo Pringsewu dengan wedana pertama adalah Bapak Ibrahim hingga tahun 1943 yang kemudian berganti beberapa kali berganti wedanan hingga tahun 1964 berbarengan dengan ditiadakannya lagi Kawedanaan Tataan dan pada tahun yang sama secara resmi dibentuk Kecamatan Pringsewu yang berasal dari pemekaran wilayah Kecamatan Pagelaran yang berpusat atau berkedudukan di Pringsewu dengan berdasar pada Undang-Undang Nomor 14 tahun 1964.

⁵² *Ibid.*

Pada awal perjalanan Kecamatan Pringsewu berdiri, Kecamatan ini bergabung secara administratif pada Lampung Selatan bagian barat yang kemudian Kecamatan Pringsewu kembali pindah naungan kabupaten yang awalnya kabupaten Lampung Selatan berganti ke kabupaten Tanggamus berdasarkan Undang-Undang Nomor 48 tahun 1997. Posisi tersebut terus bertahan hingga akhirnya muncul keputusan melalui Undang-Undang Nomor 48 tahun 2008 yang memutuskan bahwa Pringsewu yang pada awalnya berstatus sebagai kecamatan diberikan hak otonomi daerah mandiri dengan berubah menjadi kabupaten dengan bupati pertamanya yakni Ir. H. Masdulhaq.

Kabupaten Pringsewu jika di lihat dari sejarah serta seluk beluk yang di jelaskan diatas sudah memiliki catatan sejarah yang panjang. Usaha Mikro Kelas Menengah (UMKM) di kabupaten Pringsewu terus berkembang dan dominasi yang terlihat adalah produk pisang yang diolah menjadi kripik yang penjualannya biasa dibungkus dengan plastik baik ukuran 100 gram dan banyak ukuran lainnya. Perkembangan zaman menjadikan kripik pisang kini memiliki varian rasa.

Usaha Mikro Kelas Menengah (UMKM) di Kabupaten Pringsewu yang tak kalah mendominasi dari produk diatas adalah pengelolaan biji kopi menjadi bubuk kopi yang dikemas engan berbagai ukuran. Hal tersebut menjadikan banyak lahirnya pengusaha yang berkecimpung di dunia kopi bubuk dan berkembang menjadi kopi kemasan dengan diberikan merek yang bermacam-macam.

Dampak yang diberikan dari adanya industri kopi kemasan ini menyebabkan kabupaten Pringsewu mempunyai produk yang banyak dalam bidang pengelolaan kopi yang telah berkembang secara pesat baik dari pengusahanya ataupun pertamahan produk dan menjadikan industri kopi kemasan menjadi industri rumahan maupun pabrik yang mendominasi pasar untuk produk lokal yang ada di Kabupaten Pringsewu.

2. Produk Kopi Kemasan di Kabupaten Pringsewu

Pringsewu merupakan kabupaten yang terletak di Provinsi Lampung dengan arak dari kota Bandar Lampung dapat di tempuh dengan waktu 1 (satu) jam. Menelisik dari semua kabupaten yang ada di provinsi Lampung, kabupaten Pringsewu merupakan kabupaten yang dominan dalam memproduksi kopi kemasan. Hal tersebut terjadi karena faktor kabupaten Pringsewu yang bersebelahan dengan kabupaten Tanggamus yang terkenal dengan kebun kopi yang luas.

Hal tersebut yang mendorong kabupaten Pringsewu yang terkenal sebagai kota niaga menciptakan pengusaha-pengusaha yang memutuskan untuk bergelut di bidang usaha kopi kemasan karena bahan-bahan yang dibutuhkan seperti biji kopi sangat mudah untuk di dapatkan sehingga produsen tidak khawatir mengenai kekurangan bahan sehingga produksi kopi yang di jalankan tetap berjalan dengan baik dan maksimal.

Produk kopi kemasan yang bertebaran di pasaran dan sudah bertahun-tahun eksis menurut para produsen yang di wawancarai sangat menjaga kualitas dari kopi kemasan yang di produksi. Bahkan ada salah satu produuk kopi kemasan dengan *merk* Kebon Kopi sangat mensortir produksi kopi kemasan dengan cara mengambil sampel dari setiap hasil gilingan bubuk kopi yang ada dan di cek apakah bubuk kopi yang baru di giling ini layak untuk turun kepasaran atau tidak.

Selain kualitas dari rasa maupun kualitas bubuk kopi, produsen kopi kemasan di kabupaten Pringsewu sangat memperhatikan tingkat kehalalan pada bubuk kopi yang di produksi karena dikonfirmasi pada pemilik kopi kemasan kehalalan pada kopi tidak hanya ditentukan dari bahan yang digunakan tetapi bagaimana produksi itu dilakukan, darimana bahan yang diolah didapatkan, dan bagaimana proses distribusi yang dilakukan.

Standar yang dilakukan untuk mengetahui apakah bubuk kopi kemasan ini termasuk dalam kategori halal atau tidak dengan mendaftarkan produk kopi kemasan pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk di cek segala macam yang terkait dengan proses produksi kopi kemasan tersebut. Mengenai bahan yang digunakan sesuai dengan tulisan yang ada pada kemasan produk kopi kemasan pasti menggunakan biji kopi dan bubuk jagung sebagai tambahan dari bubuk kopi kemasan. Bahan lain campuran lain seperti kakao bubuk, gula jawa, garam, dan bahan kimia lainnya tidak selalu digunakan oleh produsen kopi kemasan.

Produsen kopi kemasan yang saya wawancarai semua sudah melakukan sertifikasi halal bahkan sudah melakukan perpanjangan dalam melakukan sertifikasi halal. Perpanjangan sertifikasi halal dilakukan 2 (dua) tahun sekali tetapi terapat perubahan sehingga sekarang untuk masa berlaku sertifikasi halal selama 5 (lima) tahun dan selanjutnya wajib melakukan sertifikasi halal.

B. Jenis-jenis Produk Kopi Kemasan di Kabupaten Pringsewu

1. Produk Kopi Kidang

Kopi kemasan yang diproduksi oleh pak Hengki ini sudah berdiri sejak tahun 1990 dan merupakan salah satu produk kopi tertua di kabupaten Pringsewu sekaligus produk kopi generasi awal yang melakukan jalan dengan basis penjualan di pasar dalam bentuk kopi yang sudah dikemas. Pemilik produk kopi kemasan dengan *merk* Kidang Mas yaitu bapak Hengki merupakan penerus dari pengelola produk kopi ini sampai bisa bertahan dan berjalan selama lebih dari 30 (tiga puluh) tahun.⁵³

⁵³ Wawancara dengan Hengki, selaku produsen Kopi Kidang Senin, tanggal 1 Maret 2022, pukul 8.00 WIB.

Inspirasi sekaligus yang menjadi awal mula berdirinya kopi kemasan dengan merk Kidang Mas timbul karena bapak Hengki selain memiliki produksi kopi kemasan juga memiliki kebun kopi yang berada di kawasan perkebunan kecamatan Air Nanningan dan juga memiliki gudang yang difungsikan sebagai tempat penyimpanan hasil panen kopi ataupun menyimpan biji kopi yang sedang dijemur atau sudah selesai dijemur.⁵⁴

Faktor-faktor pendukung itulah yang mendorong lahirnya produk kopi kemasan Kidang Mas. Selain itu juga pemilik produk juga mensiasati kondisi atau zaman yang semakin maju dan minat serta keinginan konsumen untuk menikmati sebuah produk dengan cara yang mudah maka proses tersebut tidak hanya sebatas pada pengelolaan hasil panen dengan penjemuran tetapi sampai pada tahap produk kopi kemasan itu berwujud bubuk kopi yang di kemasan sehingga konsumen dapat dengan mudah menemukan serta menikmati kopi tanpa harus repot-repot menggiling, Alasan yang di jabarkan di atas memang sangat masuk akal dan apa yang di miliki oleh produsen sudah ada kecenderungan untuk menuju kepada produksi kopi bubuk kemasan.⁵⁵

⁵⁴ *Ibid*

⁵⁵ *Ibid*

Pabrik atau rumah produksi yang digunakan untuk memproduksi kopi kemasan ini dari awal mula berdiri yakni pada tahun 1990 sampai sekarang tidak pernah mengalami perpindahan tetapi terjadi pelebaran pada rumah produksi. Rumah produksi kopi Kidang Mas dengan pemilik bapak Hengki ini beralamat di Jalan Johar 2 Nomer 126, Kelurahan Pringsewu Timur, Kecamatan Pringsewu, Kabupaten Pringsewu, Provinsi Lampung.⁵⁶

Adapun mengenai tempat atau lokasi produksi paa produk kopi Kidang Mas tidak memiliki cabang baik tempat produksi atau toko tempat penjualan produk kopi Kidang Mas karena menurut keterangan dari pemilik produk kopi Kidang Mas yaitu bapak Hengki menjelaskan bahwa produk kopi Kidang Mas tidak memiliki cabang ataupun kerjasama dengan pihak luar manapun yang menggunakan nomer telpon admin diluar dari kontak langsung yang tertera pada kemasan produk.⁵⁷

Target pasar yang menjadi tujuan pemasaran dari kopi Kidang Mas hanya sebatas konsumen di wilayah Kabupaten pringsewu, tetapi seiring berjalannya waktu produk kopi Kidang Mas terus menyebar dan tersebar bahkan sudah diekspor hingga ke negara Korea Selatan oleh salah satu mitra bisnis kopi Kidang Mas yang di Kores Selatan produk kopi ini di sajikan di *café* yang memang khusus menyediakan minuman-minuman berjenis kopi.⁵⁸

⁵⁶ *Ibid*

⁵⁷ *Ibid*

⁵⁸ *Ibid*

Produk Kopi Kidang Mas juga sudah banyak dibawa sebagai oleh-oleh bagi masyarakat yang akan menuju ke pulau Jawa sehingga dengan prinsip dari bapak Hengki yang lebih mengutamakan kualitas maka teknik pemasaran yang dilakukan hanya dari konsumen ke orang lain. Hasil dari penjagaan kualitas yang menjadi prinsip bapak Hengki dalam melakukan produksi kopi bubuk ini menghasilkan perluasan persebaran produk yang sampai saat ini pemilik kopi Kidang Mas yaitu bapak Hengki sudah berhasil memasarkan produk kopi Kidang Mas ini sampai ke pulau Jawa dan Bali. Selain wilayah yang mengalami perkembangan juga produk kopi ini berhasil masuk pada restoran-restoran *coffeshop* yang mengambil biji kopi dari produsen kopi Kidang Mas.⁵⁹

Pemasaran yang dilakukan selain yang telah dijelaskan di atas tidak dilakukan oleh bapak Hengki selaku pemilik sekaligus pengelola dari produk kopi Kidang Mas. Konsumen yang ingin membeli hanya perlu datang ke rumah produksi yang sekaligus digunakan juga sebagai ruko untuk menerima konsumen yang ingin membeli produk kopi kemasan Kidang Mas.⁶⁰

Tempat produksi yang terdapat pada produk kopi Kidang Mas sudah memiliki alat yang mempunyai untuk melakukan produksi kopi dalam jumlah besar. Terdapat kompor sebagai media untuk melakukan penggorengan terhadap biji kopi kemudian mesin giling yang berfungsi sebagai penggiling biji kopi

⁵⁹ *Ibid*

⁶⁰ *Ibid*

sehingga mempermudah dalam proses menjadikan biji kopi ke bubuk kopi dan yang terakhir terdapat mesin siler yang digunakan untuk menutup kemasan dari kopi agar tertutup rapat.⁶¹

Adapun Jenis produk yang di keluarkan oleh produsen kopi Kidang Mas terdapat beberapa macam varian dari perbedaan varian yang di keluarkan oleh produk kopi Kidang Mas. Mengenai ukuran dari kopi kemasan terdapat beberapa macam varian yakni 80 gram, 250 gram, 50 gram, dan juga dapat dibungkus sesuai dengan pesanan konsumen. Kemudian jika kualitas juga di kategorikan dari ualitas yang standar hingga kualitas super.⁶²

Selain mengeluarkan varian yang telah di sebutkan diatas produsen kopi Kidang Mas juga menawarkan produk biji kopi yang dapat di beli oleh konsumen di tempat produksi kopi Kidang Mas. Komposisi yang tercantum dalam kemasan hanya tertulis biji kopi dan jagung saja.

⁶¹ *Ibid*

⁶² *Ibid*



Gambar 4.1 1 Salah satu Bentuk Kemasan Kopi Kidang Mas

Kemudian mengenai karyawan yang membantu dalam proses produksi diperoleh oleh bapak Hengki hanya berasal dari keluarga-keluarga dekat saja agar kemestri yang terbangun dalam rumah produksi berjalan baik dan nyaman. Jumlah dari karyawan yang membantu produksi kopi Kidang Mas berjumlah empat orang yang semuanya dapat melakukan semua pekerjaan yang ada di dalam rumah produksi sehingga di dalam rumah produksi bisa saling membantu jika ada kendala.⁶³

⁶³ *Ibid*

Perlu di perhatikan juga produk kopi dengan *merk* Kidang Mas telah terkonfirmasi produknya oleh Dinas Kesehatan P-IRT Nomer 2101810010083-25. Terkait dengan nama produk joga sudah tercatat sebagai hak cipta dan telah memiliki dasar hukum yang jelas dan untuk penjamin kehalalan produk maka produk kopi Kidang Mas telah mendaftarkan produknya ke Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan saat wawancara ini dilakukan proses perpanjangan sertifikat halal masih dalam proses.⁶⁴

2. Produk Kopi Putra Desa

Produk kopi kemasan yang ada di Kabupaten Pringsewu dan dapat di katakana bahwa produk kopi kemasan dengan merk Putra Desa ini eksis di dunia perdagangan dapat di katakan sebagai produsen baru karena berjalan dari awal produksi beusia 3 (tiga tahun). Pemilik dari produk kopi Putra Desa ini mengaku bahwa awal mula bisa terjun ke dunia kopi tidak dilakukan secara terstruktur dan terencana untuk memproduksi kopi kemasan ini.⁶⁵

⁶⁴ *Ibid*

⁶⁵ Wawancara dengan Muhsin, selaku produsen produk kopi kemasan Putra Desa , Senin, tanggal 2 Maret 2022, pukul 8.00 WIB.

Produk yang dipasarkan pada mula nya lahir karena bapak Muhsin selaku pemilik pabrik kopi keasan ini merasa bahwa keahlian serta pengetahuan yang dimiliki dan sangat di kuasai oleh beliau adalah berkecimpung di dunia kopi. Permulaan bapak Muhsin bisa sampai mengetahui mengenai seluk beluk mengenai kopi baik biji ataupun bubuknya di peroleh Ketika bapak Muhsin bekerja sebagai karyawan di produk kopi yang berada di kabupaten Pringsewu dengan nama produk Kopi Kemasan Klangeran yang beralamat di kecamatan Margakaya dengan register Kabupaten teretak di Kabupaten pringsewu.⁶⁶

Pemilik produk kopi Putra Desa yaitu bapak Muhsin sebelum kopi kemasan ini di produksi tidak memiliki tujuan khusus untuk berkecimpung untuk memproduksi kopi setelah mengajukan pengunduran diri dari pabrik produksi kopi Klangeran. Beliau mengakui bahwa terjun ke duna produksi kopi merupakan sebuah ketidak sengajaan.⁶⁷

⁶⁶ *Ibid*

⁶⁷ *Ibid*

Mengenai tempat produksi yang telah dilakukan kurang lebih sejak tahun 2012 Masehi akhir melakukan produksi di tempat yang sama dengan yang sekarang dan belum pernah melakukan perpindahan tempat produksi. Pelebaran telah banyak dilakukan oleh bapak Muhsin sebagai bentuk pemenuhan terhadap permintaan konsumen terhadap produk kopi kemasan Putra Desa. Perpindahan ke lokasi yang lebih luas akan dilakukan dalam jangka waktu yang belum bisa ditentukan karena masih menghabiskan sisa kontrak bangunan di tempat produksi yang sekarang.⁶⁸

Fasilitas yang terdapat pada rumah produksi produk kopi Putra Desa terdapat beberapa bagian atau pos-pos yang setiap bagian memiliki peran dan bagian pekerjaan masing-masing. Pada bagian depan terdapat tempat pengemasan produk yang penggunaan alat pada bagian ini meliputi mesin *packing* yang berfungsi sebagai alat untuk memasukan bubuk kopi ke kemasan dan juga berfungsi sebagai penutup dari bungkus kopi. Peran yang dijalankan oleh karyawan yang berjumlah 5 (lima) orang yang masing-masing bertugas menjadi operator mesin kemasan yang berjumlah 2 (dua) mesin kemasan untuk ukuran yang berbeda dan sisanya melakukan pembungkusan dalam kemasan yang besar.⁶⁹

⁶⁸ *Ibid*

⁶⁹ *Ibid*

Kemudian bergeser ke tempat proses pengolahan biji kopi yang dibagi menjadi 2 (dua) yakni proses penggorengan dan penggilingan yang dikerjakan oleh (2) dua orang karyawan yang bertugas untuk melakukan penggorengan kopi yang di aduk dengan menggunakan mesin dinamo. Proses yang lain yaitu dengan melakukan penggilingan biji kopi yang telah dilakukan proses penggorengan yang dilakukan juga dengan mesin penggiling.⁷⁰

Target pasar yang dituju oleh produsen kopi kemasan Putra Desa mencakup wilayah di Kabupaten Pringsewu yang meliputi kecamatan yang tersebar di Kabupaten Pringsewu itu sendiri, Kemudian Kabupaten Tanggamus, dan yang terakhir Kabupaten Lampung Tengah yang kesemua wilayah tersebut didistribusikan produk kopi kemasan Putra Desa tersebut oleh sales yang bernaung di bawah produsen kopi kemasan Putra Desa itu sendiri. Kendaraan yang digunakan sebagai operasional pengantaran kopi ke toko-toko atau warung tujuan pasar yakni dengan menggunakan kendaraan bermotor atau mobil.⁷¹

Kemudian mengenai produk yang dihasilkan oleh kopi kemasan Putra Desa menawarkan pada konsumen beberapa macam varian ukuran dari kemasan. Hal tersebut bertujuan agar konsumen dapat memilih sendiri dan dapat menyesuaikan dengan kebutuhan yang memang diperlukan oleh konsumen itu sendiri. Luaran produk yang di lempar ke pasaran oleh produsen kopi kemasan Putra Desa hanya berbentuk bubuk kopi saja dan bapak Muhsin tidak

⁷⁰ *Ibid*

⁷¹ *Ibid*

mengedarkan produk kopi kemasan Putra Desa dalam bentuk biji kopi atau dalam bentuk apapun selain bentuk bubuk kopi yang sudah dikemas. Kemasan bagian belakang juga terdapat komposisi bahan yang digunakan dalam proses pembuatan kopi kemasan meliputi biji kopi dan jagung saja. Berikut rincian kemasan yang di produksi oleh kopi Kemasan Putra Desa:⁷²

Tabel 4.2 1 Varian Produk Kopi Putra Desa

Varian Ukuran	Cara Pengemasan
Kemasan kopi Putra Desa 250 gram	Menggunakan Mesin
Kemasan kopi Putra Desa 100 gram	Menggunakan Mesin
Kemasan kopi Putra Desa 110 gram	Manual



Gambar 4.2 1 Kemasan Produk Kopi Putra Desa

⁷² Ibid

Adapun mengenai proses pembuatan kopi kemasan Putra Desa yang telah dijelaskan ternyata melalui proses yang sangat Panjang dan melelahkan. Maka oleh sebab itu karyawan yang membantu bapak Muhsin dalam memproduksi kopi kemasan ini memiliki peran dan fungsi masing-masing. Terdapat 11 (sebelas) orang karyawan yang membantu bapak Muhsin untuk memproduksi kopi kemasan Putra Desa ini.⁷³

Pembagian yang dilakukan dalam proses pembuatan dibagi menjadi 3 (tiga) yakni yang pertama 5 (lima) orang yang bertugas pada bagian pengepakan, kemudian 2 (dua) orang yang bertugas di bagian penggorengan dan penggilingan biji kopi, dan yang terakhir adalah 4 (empat) sales yang mendistributorkan produk kopi kemasan Putra Desa ke konsumen.⁷⁴

Mengenai izin dari Dinas Kesehatan sudah dilakukan oleh produsen dengan nomer DINKES-IRT Nomer 2101810010151 yang secara langsung produk ini sudah terjamin kehygienisan nya dan juga untuk proses sertifikasi halal sudah di ajukan ke Majelis Ulama Indonesia (MUI) Bandar Lampung dan sekarang sedang masa proses penerbitan dan nomer induk sertifikasi sudah keluar, tetapi pada kemasan belum di tambahkan logo halal karena produsen masih menggunakan plastic yang lama. Untuk produksi selanjutnya akan ditambahkan logo halal pada produk kemasan kopi Putra Desa.⁷⁵

⁷³ *Ibid*

⁷⁴ *Ibid*

⁷⁵ *Ibid*

3. Produk Kopi Kemasan Kebon Kopi

Produk kopi kemasan yang akan dibahas pada bagian ini merupakan produk kopi kemasan yang dapat dikategorikan sebagai produk kopi dengan basis pengelolaan dan distribusi yang lebih modern dari produk kopi kemasan yang ada di kabupaten Pringsewu. Produk kopi kemasan dengan nama Kebon Kopi ini merupakan produk kopi kemasan yang di miliki sekaligus dikelola oleh bapak Jimmy yang juga merupakan warga asli Kabupaten Pringsewu yang berdomisili di kelurahan Pringsewu Barat, Kecamatan Pringsewu, Kabupaten Pringsewu, Provinsi Lampung.⁷⁶

Pembuatan produk kopi kemasan Kebon Kopi sudah berjalan selama kurang lebih 3 (tiga) tahun yang awal mula terbentuknya *brand* serta produk kopi kemasan ini berawal dari usaha bapak Jimmy yang tertarik untuk terjun ke dunia kopi bubuk ini. Usaha yang dibangun oleh bapak Jimmy di produksi di rumah sendiri dengan membuat bangunan baru di depan rumah sang pemilik.⁷⁷

⁷⁶ Wawancara dengan Jimmy, selaku pemilik produk kopi kemasan Kebon Kopi Senin, tanggal 3 Maret 2022, pukul 10.00 WIB.

⁷⁷ *Ibid*

Pada awal perintisan produk kopi kemasan ini bapak Jimmy tidak langsung fokus bergerak dalam usaha ini karena bapak Jimmy selaku pemilik produk kopi kemasan Kebon Kopi ini bekerja di salah satu bank yaitu Bank Republik Indonesia (BRI). Setelah produk kopi kemasan ini sudah berjalan kurang lebih 6 (enam) bulan bapak Jimmy memutuskan untuk mundur dari pekerjaan di bank tersebut dan memutuskan untuk memfokuskan diri menggeluti usaha kopi kemasan ini.⁷⁸

Adapun bagian dari rumah produksi dari kopi kemasan Kebon Kopi ini sendiri bertempat di alamat yang sama dengan kediaman dari bapak Jimmy selaku pemilik sekaligus pengelola dari kopi kemasan Kebon Kopi ini yakni di Jalan Kejaksaan, Pringsewu Barat, Pringsewu, Pringsewu, Lampung. Tujuan dari produksi yang dilakukan di rumah sendiri bertujuan agar proses produksi bisa dilakukan dengan lebih mudah dan tidak terlalu membutuhkan waktu yang banyak.⁷⁹

⁷⁸ *Ibid*

⁷⁹ *Ibid*

Produksi yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan hasil yang maksimal tentunya membutuhkan fasilitas penunjang yang baik untuk mendukung terciptanya produk kopi yang sesuai dengan harapan. Teknik yang dilakukan untuk menjaga agar produk yang di produksi tetap memiliki rasa dan kualitas yang sama dengan metode pengukuran menggunakan program yang di oprasionalkan menggunakan laptop sehingga menghasilkan luaran data yang bisa menjadi acuan apakah produk bubuk kopi yang di produksi lolos uji atau tidak.⁸⁰

Produk yang dinyatakan sesuai dengan standar yang telah di tetapkan akan dilanjutkan pada tahap produksi sedangkan jika tidak lolos uji maka yang terjadi bubuk kopi tersebut digunakan secara pribadi oleh pemilik kopi kemasan Kebon kopi ini. Alat-alat yang di gunakan untuk menunjang produksi produk kopi kemasan Kebon Kopi dari mulai proses pemilihan biji kopi sampai bubuk kopi di kemas untuk di kirim ke konsumen.⁸¹

⁸⁰ *Ibid*

⁸¹ *Ibid*

Penggunaan alat atau mesin yang digunakan dalam proses produksi meliputi alat roasting biji kopi yang digunakan sejak dari awal produk kopi diproduksi, kemudian ada alat giling biji kopi yang berfungsi sebagai pengubah biji kopi menjadi bubuk kopi. Untuk proses pengemasan yang dilakukan secara manual karena kemasan yang digunakan berbentuk *standing pouch* yang memang hanya bisa dilakukan secara manual.⁸²

Penjelasan mengenai jenis atau macam-macam produk yang dihasilkan oleh produsen kopi kemasan Kebon Kopi bisa dikatakan banyak jika dibandingkan dengan produsen kopi kemasan yang ada di Kabupaten Pringsewu. Terkait dengan jenis kopi yang diproduksi oleh bapak Jimmy terdapat dua jenis yaitu biji kopi robusta dan biji kopi arabika.⁸³ Mengenai bahan atau komposisi yang digunakan untuk memproduksi kopi kemasan hanya menggunakan biji kopi tanpa ada campuran bahan lain.

⁸² *Ibid*

⁸³ *Ibid*

Varian produk yang di hasilkan oleh produsen kopi kemasan Kebon Kopi ini memiliki bahan dasar biji kopi yang diperoleh dari berbagai penjuru daerah yang jika kopi dengan jenis arabika hanya terdapat di provinsi Aceh dan kopi berjenis robusta banyak di dapatkan di kecamatan Ulu Belu, kecamatan Gunung Sari yang berada di kabupaten Tanggamus dan di kabupaten Pagar Alam provinsi Sumatera Selatan. Berikut ini merupakan rincian dari produk kopi kemasan Kebon Kopi:⁸⁴

Tabel 4.3 1 Varian Produk Kebon Kopi

Jenis Kopi	Ukuran Kemasan	Asal Biji Kopi
Arabica Kopi Lanang	100 gram	Gayo Aceh
Robusta Kopi Lanang dan Kopi Lampung Tubruk	50 gram	Ulu Belu Gunung Sari
	100 gram	
	250 gram	
	500 gram	Pagar Alam
	1000 gram	
Campuran Arabica dan Robusta	100 gram	Gayo dan Ulu Belu

⁸⁴ *Ibid*



Gambar 4.3 1 Produk Kopi Kemasan Kebon Kopi

الجمعة، الأستد الأندوسية

Adapun terkait dengan orang atau karyawan yang membantu bapak Jimmy dalam memproduksi kopi kemasan Kebon Kopi ini berjumlah 2 (dua) orang yang salah satunya merupakan istri dari bapak Jimmy yang membantu dalam proses pembungkusan produk kopi. Kemudian ada satu lagi orang yang membantu bapak Jimmy yang berposisi sebagai orator dari semua mesin yang ada didalam ruang produksi meliputi: mesin goreng, mesin pemisah biji dan batu, dan mesin giling yang di kendalikan oleh satu orang.⁸⁵

Proses produksi kopi juga terdapat pengambilan sampel di setiap produksi sebagai usaha kontrol yang dilakukan oleh pemilik sendiri yaitu bapak Jimmy yang bertujuan sebagai penjagaan kualitas produk yang dihasilkan. Produk yang tidak lolos dalam tahap pengecekan maka tidak di lanjutkan lagi pada proses pengemasan.⁸⁶

Proses distribusi yang dilakukan dalam produk kopi kemasan Kebon Kopi dilakukan oleh bapak Jimmy langsung yang produk tersebut di sebar di toko-toko oleh-oleh lampung yang bedasa di Kota Bandar Lampung, Kota Metro, dan wilayah-wilayah yang berada di sekitar kabupaten Pringsewu. Selain itu produk kopi kemasan Kebon Kopi ini juga melakukan distribusi secara rutin ke swalayan Putra Baru yang memiliki *outlet* yang tersebar di provinsi Lampung.⁸⁷

⁸⁵ *Ibid*

⁸⁶ *Ibid*

⁸⁷ *Ibid*

C. Pemahaman Tentang Halal

Pendapat yang diberikan oleh konsumen kopi kemasan di kabupaten Pringsewu memiliki hasil dan pandangan yang berbeda-beda antara konsumen satu dengan lainnya. Jawaban yang diberikan coba peneliti bagi pada beberapa bagian yang dibuat dalam bentuk 3 (tiga) pertanyaan agar mempermudah informan untuk memahami dan menjawab wawancara yang dilakukan. Informan yang akan di minta mengenai informasi terkait konsumen kopi kemasan Klangeran memberikan jawaban atas beberapa pertanyaan pada kosnumen

1. Definisi Halal menurut konsumen

Secara umum semua informan yang diwawancarai tau mengenai arti atau definisi terkait kata halal. Terbukti dalam menjawab semua informan dapat langsung menjawab dengan jawaban yang berbeda-beda tetapi menuju pada inti yang sama. Semua informan juga dalam menjawab tidak ada yang lama berfikir atau bahkan menjawab tidak tahu. Berikut ini pernyataan yang di berikan oleh para informan terkait arti dari kata halal:

Bicara tentang halal makan kita berbicara tentang Islam, dimana kata Halal sangat urgen untuk seorang muslim, Halal adalah kebolehan tentang sesuatu hal, jika dikaitkan dengan makanan atau sesuatu yang dikonsumsi, maka sesuatu itu bisa atau boleh kita konsumsi.⁸⁸

⁸⁸ Wawancara dengan Febi Haryadi, selaku konsumen Kopi Kemasan Senin, tanggal 7 Maret 2022, pukul 07.00 WIB.

Halal yang saya ketahui merupakan sebuah produk yang pada dasarnya boleh dikonsumsi oleh konsumen. Bayangan awal yang saya gambarkan mengenai kata halal ya sebuah produk yang sebelum di pasarkan sudah di periksa halal bahan dan halal proses oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI)⁸⁹

Pandangan saya halal adalah bahasa yang di pakai oleh masyarakat dalam menentukan keabsahan suatu jenis barang atau hukum sebuah prikemanusiaan khususnya umat muslim yang menggunakan bahasan halal yang menjadikan tolak ukur dalam memilih sesuatu produk kopi kemasan. Halal juga menurut pandangan saya merupakan suatu kalimat sacral yang menjadi tolak ukur kehidupan, sehingga halal termasuk kategori untuk memilih sebuah produk.⁹⁰ Saya berpendapat bahwa halal Sesuatu yang diizinkan/diperbolehkan.⁹¹

⁸⁹ Wawancara dengan Herlin Adi Wijaya, selaku konsumen Kopi Kemasan Senin, tanggal 7 Maret 2022, pukul 8.00 WIB.

⁹⁰ Wawancara dengan Haris Zainurohman, selaku konsumen Kopi Kemasan Senin, tanggal 7 Maret 2022, pukul 9.00 WIB.

⁹¹ Wawancara dengan Tri Adi Nugroho, selaku konsumen Kopi Kemasan Senin, tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.00 WIB.

Menurut saya halal merupakan lawan dari haram yang jika di lihat dari sudut pandang masyarakat Indonesia yang merupakan mayoritas muslim fungsi dari halal sangat penting bagi konsumen.⁹² Menurut pandangan yang saya ketahui jika mendengar kata halal merupakan sebuah makanan yang bisa di makan.⁹³ Halal merupakan sebuah tolak ukur kebaikan suatu makanan khususnya dalam agama Islam. Apabila makanan tersebut halal sesuai syariat Islam maka makanan tersebut baik di konsumsi.⁹⁴

Halal sepengetahuan saya itu merupakan syarat utama untuk menentukan bahwa makanan tersebut bisa di konsumsi.⁹⁵ Jika ada yang mengucap kata halal sepengetahuan saya itu ya suatu objek yang menjadi patokan suatu kegiatan atau makanan yang di izinkan untuk di lakukan atau di konsumsi menurut islam.⁹⁶ Setahu saya kalo halal itu produk yang bisa di pakai atau di konsumsi orang Islam.⁹⁷

⁹² Wawancara dengan Dwi Suryadi, selaku konsumen Kopi Kemasan Senin, tanggal 7 Maret 2022, pukul 11.00 WIB.

⁹³ Wawancara dengan Supangat, selaku konsumen Kopi Kemasan Selasa, tanggal 8 Maret 2022, pukul 9.00 WIB.

⁹⁴ Wawancara dengan Sigit Sulisty, selaku konsumen Kopi Kemasan Selasa, tanggal 8 Maret 2022, pukul 12.00 WIB.

⁹⁵ Wawancara dengan Ristono, selaku konsumen Kopi Kemasan Selasa, tanggal 9 Maret 2022, pukul 7.00 WIB.

⁹⁶ Wawancara dengan Afifatul Hanifah, selaku konsumen Kopi Klengen Selasa, tanggal 9 Maret 2022, pukul 16.00 WIB.

⁹⁷ Wawancara dengan Tholib, selaku konsumen Kopi Kemasan Selasa, tanggal 10 Maret 2022, pukul 10.00 WIB.

D. Pandangan Mengenai Kehalalan Produk Kopi Kemasan

Konsumen kopi kemasan yang berada di Kabupaten Pringsewu juga memiliki pandangan tersendiri mengenai kehalalan yang terdapat pada produk kopi kemasan. Kesimpulan yang dapat ditarik dari berbagai macam komentar atau tanggapan yang diberikan oleh informan menciptakan satu kesimpulan yakni kehalalan yang ada pada produk kopi sekalipun penting karena penjamin mutu pada sebuah produk pangan terletak pada hal tersebut. Berikut pandangan yang diberikan oleh informan mengenai kehalalan produk kopi kemasan:

Terkait dengan kehalalan sebuah produk, menurut informan hal itu sangat penting bagi kita yang beragama Islam, dimana makanan yang masuk kedalam tubuh kita sangat berpengaruh terhadap kehidupan kita baik makanan yang halal dan makanan yang haram, kehalalan produk yang kita gunakan akan berdampak baik bagi diri kita dan begitupun sebaliknya.⁹⁸

⁹⁸ Wawancara dengan Febi Haryadi, selaku konsumen Kopi Kemasan Senin, tanggal 7 Maret 2022, pukul 07.00 WIB.

Sudut pandang yang dikemukakan oleh informan sebagai konsumen dari produk kopi kemasan di kabupaten Pringsewu jika berbicara mengenai kehalalan sebuah produk tetap mengacu pada pernyataan apakah produk yang ada sudah tersertifikasi halal atau belum oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengingat setiap produk sebaiknya mendaftarkan sertifikat halal. Agar yang tercantum label halal pada kemasan bukan cap yang ditampilkan pada kemasan tetapi berstatus palsu.⁹⁹

Menurut informan yang berposisi sebagai seorang muslim, kehalalan sebuah produk di tentukan dari bahan produk itu sendiri dan sesuai dengan tuntunan agama Islam mengenai kehalalan produk yang kehalaln itu sendiri memiliki batas-batas atau sekat yang luar biasa ketat.¹⁰⁰

Kehalalan sebuah produk menurut informan merupakan sesuatu yang diperbolehkan pada sebuah produk untuk dikonsumsi. Pengidentifikasian sebuah produk menurut saya menggunakan cara yang mudah yaitu dengan lihat pada kemasan produk. Jika pada produk tersebut sudah ada label atau logo halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), maka produk tersebut boleh dikonsumsi. Kalau produk tersebut tidak atau belum ada label halal, kita bisa menilai dari bahan apakah produk tersebut dibuat.¹⁰¹

⁹⁹ Wawancara dengan Herlin Adi Wijaya, selaku konsumen Kopi Kemasan Senin, tanggal 7 Maret 2022, pukul 08.00 WIB.

¹⁰⁰ Wawancara dengan Haris Zainurohman, selaku konsumen Kopi Kemasan Senin, tanggal 7 Maret 2022, pukul 9.00 WIB.

¹⁰¹ Wawancara dengan Tri Adi Nugroho, selaku konsumen Kopi Kemasan Senin, tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.00 WIB.

Kehalalan sebuah produk merupakan aspek yang harus ada dan ada landasan yang jelas dalam kualitas produk khususnya kehalalannya. Standar dari kualitas produk tersebut harus melewati proses sertifikasi halal agar para ahli dan yang berwenang terkait hal tersebut dapat melakukan pengecekan apakah produk tersebut layak untuk disebut sebagai produk halal.¹⁰²

Informan memiliki pandangan bahwa kehalalan sebuah produk merupakan suatu aspek yang penting karena kita harus tahu produk yang kita konsumsi halal atau tidak.¹⁰³ Informan memberikan pendapat bahwa harus jelas kehalalan sebuah produk minimal sudah ada label halal yang disematkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) agar konsumen terkhusus umat Islam lebih yakin dan tidak meragukan kehalalan produk kopi kemasan.¹⁰⁴

¹⁰² Wawancara dengan Dwi Suryadi, selaku konsumen Kopi Kemasan Senin, tanggal 7 Maret 2022, pukul 11.00 WIB.

¹⁰³ Wawancara dengan Supangat, selaku konsumen Kopi Kemasan Selasa, tanggal 8 Maret 2022, pukul 9.00 WIB.

¹⁰⁴ Wawancara dengan Sigit Sulisty, selaku konsumen Kopi Kemasan Selasa, tanggal 8 Maret 2022, pukul 12.00 WIB.

Kehalalan merupakan hal yang penting karena produk tersebut layak di konsumsi oleh konsumen dilihat dari kehalalannya.¹⁰⁵ Pandangan informan mengenai kehalalan sebuah produk makanan merupakan sebuah kewajiban yang harus benar-benar di perhatikan oleh konsumen.¹⁰⁶ Informan mengamati jika faktor yang lihat untuk mengetahui kualitas produk yang di pasarkan yang dapat menjadi tolak ukur kehalalan yang ada pada produk dengan ditandai ada logo halal.¹⁰⁷

1. Persepsi Konsumen

Faktor yang sangat penting bagi produsen untuk meningkatkan angka penjualan produk kopi kemasan tidak lepas dari penjagaan Persepsi Konsumen. Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil wawancara yang dilakukan menghasilkan bahwa kehalalan pada produk kopi kemasan mempengaruhi keputusan dalam memilih untuk membeli sebuah produk yang berarti secara umum informan menyetujui produsen untuk menjaga tingkat kehalalan dalam produk kopi kemasan. Menurut informan kehalalan sebuah produk apapun produknya terkhusus produk yang dikonsumsi oleh umat muslim akan sangat berpengaruh terhadap Persepsi Konsumen muslim terhadap sebuah produk dalam hal ini khusus nya kopi kemasan.¹⁰⁸

¹⁰⁵ Wawancara dengan Ristono, selaku konsumen Kopi Kemasan Selasa, tanggal 8 Maret 2022, pukul 12.00 WIB.

¹⁰⁶ Wawancara dengan Afifatul Hanifah, selaku konsumen Kopi Klenganan Selasa, tanggal 9 Maret 2022, pukul 16.00 WIB.

¹⁰⁷ Wawancara dengan Tholib, selaku konsumen Kopi Kemasan Selasa, tanggal 10 Maret 2022, pukul 10.00 WIB.

¹⁰⁸ Wawancara dengan Febi Haryadi, selaku konsumen Kopi Kemasan, Senin, tanggal 7 Maret 2022, pukul 07.00 WIB.

Bisa jadi Persepsi yang ditumbuhkan oleh konsumen sangat berpengaruh. Penyebab yang melandasi Persepsi tersebut terkait dengan pandangan awam yang diketahui kopi kemasan pasti tidak terbuat dari bahan haram dikarenakan hukum dasar dari biji kopi sendiri berstatus halal, tetapi informan secara pribadi menganggap bahwa kehalalan dapat berpengaruh bagi produk kopi kemasan itu sendiri.¹⁰⁹

Menurut informan produk kopi dalam pandangan masyarakat luas atau yang bisa dikatakan awam menganggap bahwa kehalalan sebuah produk kopi kemasan tidak berpengaruh karena semua orang mampu dan bisa memproduksi terkecuali yang banyak berbagai varian yang sudah di campur dengan susu atau sejenisnya. Hal tersebutpun saya rasa tidak berpengaruh terhadap produk kopi yang harus halal atau tidak.¹¹⁰

¹⁰⁹ Wawancara dengan Herlin Adi Wijaya, selaku konsumen Kopi Kemasan Senin, tanggal 7 Maret 2022, pukul 08.00 WIB.

¹¹⁰ Wawancara dengan Haris Zainurohman, selaku konsumen Kopi Kemasan Senin, tanggal 7 Maret 2022, pukul 9.00 WIB.

Pendapat informan yang mungkin bisa sama dengan pendapat orang lain atau berbeda tentu saja berpengaruh karena kita sebagai seorang muslim, perlu memperhatikan aspek kehalalan produk kopi sebelum mengkonsumsinya. Bila dilihat asal muasal dari kopi memang merupakan biji yang halal dikonsumsi. Namun, konsumen juga perlu mempertimbangkan aspek produksinya sampai dengan bubuk kopi yang terjamin akan kehalalannya.¹¹¹

Pengaruh yang ditimbulkan terhadap permintaan konsumen terhadap produk kopi kemasan tidak berdampak signifikan karena selama yang informan ketahui konsumen merasakan bagaimana produk dari kopi kemasan tersebut baru mengeluarkan komentar terhadap produk kopi tersebut. Prihal dari pengecekan yang dilakukan oleh konsumen sepengetahuan saya tidak terlalu diperhatikan oleh konsumen yang saya kenal bahwa produk kopi kemasan sudah halal. Jika produk tersebut tidak halal juga pasti menimbulkan kekhawatiran terhadap anggota keluarga lain yang mengonsumsi produk tersebut.¹¹²

¹¹¹ Wawancara dengan Tri Adi Nugroho, selaku konsumen Kopi Kemasan Senin, tanggal 7 Maret 2022, pukul 10.00 WIB.

¹¹² Wawancara dengan Dwi Suryadi, selaku konsumen Kopi Kemasan Senin, tanggal 7 Maret 2022, pukul 11.00 WIB.

Informan beranggapan bahwa kehalalan pada produk kopi kemasan mempengaruhi karena konsumen wajib mengetahui kualitas produk kopi kemasan yang akan di konsumsi dari sertifikat halal yang sudah di miliki atau belum pada produk kopi kemasan tersebut.¹¹³ Informan memberi tanggapan bahwa hal tersebut sangat berpengaruh apalagi untuk pasar anak muda dan era milenial sekarang yang anak-anak nya sudah sangat mengetahui dan paham melalui ilmu pengetahuan yang mereka baca.¹¹⁴

Persepsi Konsumen yang informan ketahui untuk meningkatkan hal tersebut di tentukan oleh rasa yang di miliki oleh kopi kemasan itu sednriri dan kehalalan menjadi isntrumen yang sangat mendukung untuk meningkatkan Persepsi Konsumen.¹¹⁵ Kehalalan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi Persepsi Konsumen karna ada beberapa bahan-bahan yang di haramkan menurut Islam.¹¹⁶ Menurut informan saat di wawancarai sebagai konsumen kopi kemasan ini yang mempengaruhi Persepsi Konsumen baik dari rasa dan harga yang ditawarkan pada konsumen yang hal tersebut dapat diukur dengan sertifikasi halal yang terdapat pada produk yang ada.¹¹⁷

¹¹³ Wawancara dengan Supangat, selaku konsumen Kopi Kemasan Selasa, tanggal 8 Maret 2022, pukul 9.00 WIB.

¹¹⁴ Wawancara dengan Sigit Sulisty, selaku konsumen Kopi Kemasan Selasa, tanggal 8 Maret 2022, pukul 12.00 WIB

¹¹⁵ Wawancara dengan Ristono, selaku konsumen Kopi Kemasan Selasa, tanggal 9 Maret 2022, pukul 7.00 WIB.

¹¹⁶ Wawancara dengan Afifatul Hanifah, selaku konsumen Kopi Kemasan Selasa, tanggal 9 Maret 2022, pukul 16.00 WIB.

¹¹⁷ Wawancara dengan Tholib, selaku konsumen Kopi Kemasan Selasa, tanggal 10 Maret 2022, pukul 10.00 WIB.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Produk kopi dapat dikatakan halal menurut pandangan konsumen jika di dalamnya terdapat beberapa faktor yang menunjukkan bahwa produk kopi dianggap halal yaitu faktor pertama dilihat dari segi bahan yang digunakan pada produksi kopi kemasan di kabupaten Pringsewu yang menggunakan bahan-bahan yang diperbolehkan dan halal untuk digunakan dalam produksi maupun di konsumsi. Faktor terakhir sekaligus menjadi faktor yang didominasi oleh konsumen untuk mengategorikan produk kopi yang ada sebagai produk yang halal yakni bersumber dari kemasan produk kopi kemasan yang ada apakah sudah tertera di kemasannya logo ataupun cap halal Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang oleh konsumen produk kopi di kabupaten Pringsewu juga dijadikan acuan untuk mengetahui kehalalan sebuah produk kopi kemasan,
2. Persepsi konsumen kopi kemasan di kabupaten Pringsewu dapat dijelaskan bahwa konsumen produk kopi kemasan di kabupaten Pringsewu baik kopi klangenan, kidang mas, ataupun kebon kopi secara keseluruhan memberi Persepsi penuh dalam pemenuhan kebutuhan bubuk kopi pada produsen dari segi kehalalan produk kopi kemasan baik dari proses produksi sampai pada pendistribusian hingga sampai ke tangan konsumen dengan alasan yang sudah

dijelaskan pada bagian sebelumnya. Bentuk Persepsi yang dihadirkan oleh konsumen dengan selalu membeli produk kopi kemasan tanpa melihat sebelum membeli apakah tanda kehalalan pada kopi kemasan masih ada apa sudah tidak ada. Hal tersebut merupakan tingkat Persepsi tertinggi yang diberikan oleh konsumen pada produsen.

B. Saran

1. Informan selaku konsumen dari produk kopi di kabupaten Pringsewu terkhususnya pada informan yang berusia diatas 50 (limapuluh) tahun perlu di berikan pengetahuan mengenai apa yang di sebut dengan halal walaupun produk kopi kemasan di kabupaten Pringsewu sudah melakukan sertifikasi halal sehingga keamanan dalam mengkonsumsi kopi bubuk kemasan tidak menimbulkan kekhawatiran.
2. Pihak dari akademisi kampus maupun lembaga yang berwenang dan ahli dalam bidang tersebut yang berada di kabupaten Pringsewu seharusnya memberikan edukasi di sela obrolan dengan masyarakat maupun lebih sering memperbaharui mengenai informasi yang terdapat dalam website resmi Majelis Ulama Indonesia (MUI) kabupaten Pringsewu mengenai definisi halal maupun menunjukan bahwa kehalalan pada produk kopi kemasan merupakan sesuatu yang penting karena makanan atau minuman yang masuk dalam tubuh akan berdampak besar pada kehidupan manusia khususnya umat Islam.

3. Produsen harus lebih memberi perhatian terhadap kehalalan produk kopi yang di produksi dengan selalu melakukan sertifikasi halal dan melakukan perpanjangan terhadap sertifikasi halal karena pengontrolan dari mulai produksi sampai distribusi di periksa oleh lembaga yang berwenang.



DAFTAR PUSTAKA

- Aep Nurbani and others. 2019. *‘Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen’*. Jurnal Manajemen Kewirausahaan, 16.2
- Ahda Segati. 2018. *‘Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan’*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 3
- Al Fitri Johar, 2009, *‘KEKUATAN HUKUM FATWA MAJELIS ULAMA INDONESIA (MUI) DARI PERSPEKTIF PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN DI INDONESIA’*, Pengadilan Agama Kassel, 5
- Doni Marlius, *‘Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran PT. Intercom’*
- Diah Meidatuzzahra, 2019, *‘Penerapan Accidental Sampling Untuk Mengetahui Prevalensi Akseptor Kontrasepsi Suntikan Terhadap Siklus Menstruasi’*, Avesina, 13.1
- Edi Riadi, 2012 *‘Pengaruh Kepribadian, Kecerdasan Emosional, Dan Perilaku Kewargaan Organisasi Terhadap Kinerja Kepala Sekolah Menengah Atas Dan Kejuruan Di Kota Tangerang’*, Jurnal Manajemen Pendidikan,
- Fathan Budiman, 2020 *‘Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia)’*, 6.02
- Farida Nugrahani, 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta

Ghufira, Irfan Gustian, and Asdim, 2021. '*Pembinaan Untuk Produk Kopi Halal Pada Kelompok Tani Pangestu Rayat Desa Baru Manis Kabupaten Rejang Lebong*', Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas, 7.1 (2021).

Hasyim Asy'ari, 2011. '*Kriteria Sertifikasi Halal Dalam Perspektif Ibnu Hazm Dan MUI*. UIN Syarif Hidayatullah

Hariyati Rohmah, 2019 '*Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2016-2018 UIN Walisongo Di Marketplace Shopee*, UIN Walisongo

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

Kurnia Fitra Nanda and Retty Ikawati, 2020 '*Hubungan Persepsi Label Halal Mui Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Surakarta*', Journal of Food and Culinary

Mela Ashari, 2019 '*Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi Di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun*', Skripsi.

Mobilindo Padang'2017, Pundi, 01

Ogi Diza, Moniharapon, 2016, '*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pt. Fifgroup Cabang Manado)*', 4.1

Prayudi Setiawan Hidayati, Frida Alfi & Prabowo, '*Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Konsumen Kopi Kekinian Yang Telah Memiliki Sertifikasi Halal*', At-Taradhi, XII (2021)

Republik Indonesia, Undang-undang Nomer 33 Tahun 2014, Bab 1, pasal 1.

Rizki Surya, 2021, '*Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha*'. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI

Ridwan Muhammad Pane, 2017, '*Analisis Perilaku Konsumen Atas Penerapan Labelisasi Halal Dalam Suatu Produk (Studi Kasus UD. Sariwangi Tangerang)*', Jurnal Mozaik, 9.2

Rudy Wenas, Rotinsulu Jorie, and Oktavianus Taroreh 2015, '*Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Jasa Asuransi Pada Asuransi Jasindo Manado*', Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 3.3

Sugiyono, 2019, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, ed. by Sutopo, kedua Bandung: Alfabeta

Syafaruddin, Suharyono, and Srikandi Kumadji, 2016, '*Pengaruh Komunikasi Electronicword Of Mouth Terhadap Kepercayaan (Trust) Dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Online Shopping Zafertech.Com)*', Bisnis Dan Manajemen, 3.1

Totok Subianto, 2007, '*Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*', Jurnal Ekonomi Modernisasi, 3

LAMPIRAN

A. Foto Dokumentasi Penelitian



Gambar Lampiran 1 1 Bapak Sigit warga kelurahan pringsewu barat selaku konsumen kopi kemasan. Pringsewu, 13 Maret 2022, Pukul 08.30 WIB



البعثه
المستقبله
الانبياء
الطيبه

Gambar Lampiran 2 1 Bapak Sumangat warga kelurahan Bumiaram selaku konsumen kopi kemasan. Pringsewu, 14 Maret 2022, Pukul 7.30 WIB

B. Daftar Perntanyaan Wawancara

No	Pokok Pembahasan	Daftar Pertanyaan
1	Pengertian Halal	<ol style="list-style-type: none">1. Sejak kapan konsumen mengonsumsi atau meminum kopi?2. Apakah konsumen sudah lama mengonsumsi kopi bubuk kemasan dari produk yang dipilih?3. Apakah konsumen mengetahui pengertian halal?
2	Presepsi Kepercayaan Pada Kehalalan Produk	<ol style="list-style-type: none">1. Apakah konsumen percaya pada kehalalan produk kopi yang di beli dan di konsumsi?2. Bagaimana konsumen meyakini bahwa produk kopi yang dibeli halal?

C. CURRICULUM VITAE

Nama : Rasyid Akbar

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat Tanggal Lahir: Cirebon, 7 Desember 1997

Kewarganegaraan : Indonesia

Status Perkawinan : Belum Menikah

Agama : Islam

Kesehatan : Baik

Alamat Lengkap : Pringsewu Barat, Pringsewu, Lampung

Nomer Telepon : 085269208080

Pendidikan Formal

2002-2004 : TK Baitussalam Pringsewu

2004-2010 : SD Muhammadiyah Pringsewu

2010-2013 : SMP Negeri 3 Pringsewu

2013-2016 : SMA Negeri 1 Pringsewu

2017-2018 : Pondok Psantren Syaikh Jamilurahman As Salafy Yogyakarta

2018- Sekarang : Universitas Islam Indonesia

Riwayat Organisasi : 1. Marcomm FIAI

2. Pengurus UKM Futsal UII