

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP STANDARISASI HALAL

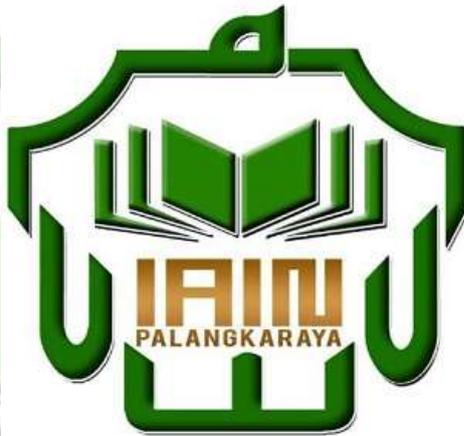
MASYARAKAT MUSLIM DI PALANGKA RAYA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

MUHAMMAD NUR FATHAN

NIM. 1644120581

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PRODI EKONOMI SYARIAH

JURUSAN EKONOMI ISLAM

TAHUN 2020 M/1441 H

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**

Palangka Raya, Oktober 2020

Saudara Muhammad Nur Fathan

Kepada

Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi

FEBI IAIN PALANGKA RAYA

Di-

Palangka Raya

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudara :

Nama : **MUHAMMAD NUR FATHAN**

NIM : **164 412 0581**

Judul : **PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP STANDARISASI
HALAL MASYARAKAT MUSLIM DI PALANGKA RAYA**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.

Demikian atas perhatiannya di ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Swarifuddin, M.Ag
NIP. 197005032001121002

Pembimbing II



M. Zainal Arifin, M.Hum
NIK. 197506202003121003

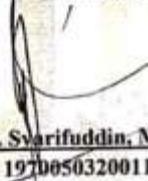
PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : **PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
STANDARISASI HALAL MASYARAKAT MUSLIM
DI PALANGKA RAYA**
NAMA : MUHAMMAD NUR FATHAN
NIM : 164 412 0581
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN : EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, Oktober, 2020.

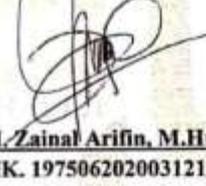
Menyetujui

Pembimbing I



Dr. Syarifuddin, M.Ag
NIP. 197005032001121002

Pembimbing II



M. Zainal Arifin, M.Hum
NIK. 197506202003121003

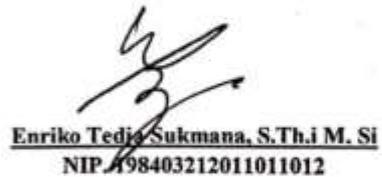
Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Sabian Utsman, S.H., M.Si
NIP. 195406311981032001

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam



Enriko Tedjo Sukmana, S.Th., M.Si
NIP. 198403212011011012

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP STANDARISASI HALAL MASYARAKAT MUSLIM DI PALANGKA RAYA** oleh Muhammad Nur Fathan NIM : 1644120581 telah *dimunaqasyarah* kan Tim *Munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 06 Oktober 2020

Pelangka Raya, Oktober 2020

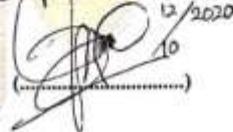
Tim Penguji

1. **Muhammad Noor Sayuti, M.E**
Ketua Sidang/Penguji
2. **Dr. Ahmad Dakhoir, M.Hi**
Penguji Utama/ I
3. **Dr. Svarifuddin, M.Ag**
Penguji II
4. **M. Zainal Arifin, M.Hum**
Sekretaris Sidang/Penguji

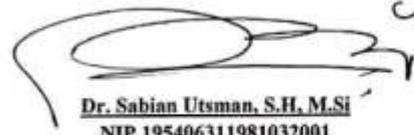
(.....)


(.....)


(.....)


(.....)
 12/10/2020

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Sabian Utsman, S.H, M.Si
NIP.195406311981032001

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP STANDARISASI HALAL
MASYARAKAT MUSLIM DI PALANGKA RAYA**

ABSTRAK

MUHAMMAD NUR FATHAN

1644120581

Budaya masyarakat muslim di Palangka Raya memiliki persepsi tersendiri untuk mempermudah dalam menentukan standar makanan halal. Penelitian ini difokuskan pada Persepsi konsumen terhadap standarisasi halal masyarakat muslim di palangka raya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi halal konsumen pada masyarakat Muslim di Palangka Raya dan untuk perilaku konsumen masyarakat Muslim di Palangka Raya dalam menentukan standarisasi halal

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode penelitian kualitatif etnografi. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah sembilan orang pelanggan, tiga orang pelanggan dari tiga tempat rumah makan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengabsahan data menggunakan triangulasi sumber dengan mengumpulkan data dan informasi sejenis dari berbagai sumber yang ada.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi konsumen terhadap standarisasi halal masyarakat muslim di palangka raya adalah : (1) Persepsi Halal konsumen paada Masyarakat Muslim di Palangka Raya dapat dikatakan sesuai dengan pengertian konsep halal dan syarat-syarat makanan halal yang sudah ditetapkan oleh syariat Islam serta diperkuat dengan ijtihad para Ulama Islam dalam mengkatagorikan makanan halal yaitu seperti zat, pengolahan dan sumbernya. (2) Perilaku konsumen masyarakat Muslim di Palangka Raya dalam menentukan standarisasi halal adalah dengan melihat gambar-gambar ulama Islam, tulisan Arab ataupun ornamen-ornamen Islam yang merupakan budaya dan sub budaya serta sudah sesuai dengan prinsip nilai keimanan dalam perilaku konsumen islam.

Kata Kunci: Persepsi Halal, Standarisasi Halal

**CONSUMER PERCEPTION OF HALAL STANDARDIZATION OF
MUSLIM SOCIETY IN PALANGKA RAYA**

ABSTRACT

**MUHAMMAD NUR FATHAN
1644120581**

The culture of the Muslim community in Palangka Raya has its own perception to make it easier to determine halal food standards. This research is focused on consumer perceptions of the halal standardization of Muslim communities in Palangka Raya. The purpose of this study is to determine the perception of halal consumers in Muslim communities in Palangka Raya and for consumer behavior of Muslim communities in Palangka Raya in determining halal standardization.

This research is a field research that uses ethnographic qualitative research methods. The sampling technique uses purposive sampling technique. The subjects in this study were nine customers, three customers from three restaurants. Data collection techniques in this study were observation, interview and documentation techniques. The data validation technique uses source triangulation by collecting similar data and information from various existing sources.

The results showed that the consumers' perceptions of the halal standardization of the Muslim community in Palangka Raya were: (1) Halal perceptions of consumers in Muslim communities in Palangka Raya can be said to be in accordance with the understanding of the concept of halal and the terms of halal food that have been established by Islamic law and ijihad of Islamic scholars in categorizing halal food, namely such as substances, processing and sources. (2) The consumer behavior of the Muslim community in Palangka Raya in determining halal standardization is by looking at pictures of Islamic scholars, Arabic writing or Islamic ornaments which are culture and sub-culture and are in accordance with the principles of the value of faith in Islamic consumer behavior

Keywords: Halal Perception, Hala Standardizationl

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalammualaikum Wr. Wb

Puji syukur peneliti haturkan kehadiran Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*, yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan hanya kepada-Nya pula kita memohon pertolongan, atas taufiq, rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP STANDARISASI HALAL MASYARAKAT MUSLIM DI PALANGKA RAYA**” dengan lancar. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad *Sholallahu A'alaihi Wasallam* beserta keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Skripsi ini dikerjakan untuk melengkapi dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, dengan hati yang tulus menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya, khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M. Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
3. Bapak Dr. Syarifuddin, M.Ag selaku pembimbing I dan Bapak M. Zainal Arifin, M.Hum selaku pembimbing II dan dosen Penasehat Akademik peneliti

yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan yang luar biasa sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan.

4. Seluruh dosen dan staf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti selama menjalani perkuliahan.
5. Terima kasih banyak kepada kedua orang tua, ayahanda M.Fatchurahman, Ibunda Norhayati, dan adik-adik peneliti yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil serta selalu mendo'akan untuk kelancaran dan keberhasilan peneliti selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga selesai.
6. Seluruh teman-teman mahasiswa program studi Ekonomi Syariah, yang selalu memberikan semangat selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga selesai.
7. Semua pihak yang membantu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Semoga kiranya skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. *Aamiin yaa Rabbal Alamin.*

Wassalammualaikum Wr.Wb.

Palangka Raya, 2020
Peneliti,

Muhammad Nur Fathan
NIM. 164 412 0581

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP STANDARISASI HALAL MASYARAKAT MUSLIM DI PALANGKA RAYA**” benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, 2020
Yang membuat pernyataan



Muhammad Nur Fathan
NIM. 164 412 0581

MOTTO

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

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

(Q.S Al-Baqaroh:168)



PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Atas Ridho Allah SWT. Dengan segala kerendahan hati penelitian karya ini saya persembahkan kepada Ayah tercinta (M.Fatchurahman) dan ibu tercinta (Norhayati) yang telah berjuang membesarkan dan mendidik peneliti dengan penuh kasih sayang. Terima kasih atas doa, dukungan, kesabaran dan motivasi yang tiada hentinya yang kalian berikan sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini. adik saya tercinta Aldi Firdaus, dan Muhammad Tirto ardiyanto. Yang selalu memberikan masukan, saran dan motivasinya bagi peneliti, beserta keluarga besar peneliti yang merupakan sumber semangat dan inspirasi peneliti. Sahabat saya Noviani Kurniawati yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan nasihatnya agar segera menyelesaikan skripsi ini, dan teman-teman di Ekonomi syariah, semoga kita semua bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Terakhir, karya ini peneliti persembahkan untuk kampus tercinta IAIN Palangka Raya semoga selalu jaya dan menciptakan generasi muda harapan bangsa



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Keterangan |
|------------|-------------|--------------------|-------------------------|
| أ | <i>Alif</i> | tidak dilambangkan | tidak dilambangkan |
| ب | <i>Bā'</i> | B | Be |
| ت | <i>Tā'</i> | T | Te |
| ث | <i>Śā'</i> | Ś | es titik di atas |
| ج | <i>Jim</i> | J | Je |
| ح | <i>Hā'</i> | H . | ha titik di bawah |
| خ | <i>Khā'</i> | Kh | ka dan ha |
| د | <i>Dal</i> | D | De |
| ذ | <i>Żal</i> | Ż | zet titik di atas |
| ر | <i>Rā'</i> | R | Er |
| ز | <i>Zai</i> | Z | Zet |
| س | <i>Sīn</i> | S | Es |
| ش | <i>Syīn</i> | Sy | es dan ye |
| ص | <i>Şād</i> | Ş | es titik di bawah |
| ض | <i>Dād</i> | d . | de titik di bawah |
| ط | <i>Tā'</i> | Ṭ | te titik di bawah |
| ظ | <i>Zā'</i> | Z . | zet titik di bawah |
| ع | <i>'Ayn</i> | ... ' ... | koma terbalik (di atas) |
| غ | <i>Gayn</i> | G | Ge |
| ف | <i>Fā'</i> | F | Ef |
| ق | <i>Qāf</i> | Q | Qi |

| | | | |
|----|---------------|------|----------|
| ك | <i>Kāf</i> | K | Ka |
| ل | <i>Lām</i> | L | El |
| م | <i>Mīm</i> | M | Em |
| ن | <i>Nūn</i> | N | En |
| و | <i>Waw</i> | W | We |
| هـ | <i>Hā'</i> | H | Ha |
| ء | <i>Hamzah</i> | ...' | Apostrof |
| ي | <i>Yā</i> | Y | Ye |

B. Konsonan rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap:

| | | |
|----------|---------|---------------------|
| متعاقدين | Ditulis | <i>muta'āqqidīn</i> |
| عدة | Ditulis | <i>'iddah</i> |

C. *Tā' marbūtah* di akhir kata.

1. Bila dimatikan, ditulis h:

| | | |
|------|---------|---------------|
| هبة | Ditulis | <i>Hibah</i> |
| جزية | Ditulis | <i>Jizyah</i> |

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

| | | |
|------------|---------|----------------------|
| اللهمنة | Ditulis | <i>ni'matullāh</i> |
| زكاة الفطر | Ditulis | <i>zakātul-fitri</i> |

D. Vokal pendek

| | | | |
|---|--------|---------|---|
| َ | Fathah | Ditulis | A |
| ِ | Kasrah | Ditulis | I |
| ُ | Dammah | Ditulis | U |

E. Vokal panjang:

| | | |
|--------------------|---------|-------------------|
| Fathah + alif | Ditulis | Ā |
| جاهلية | Ditulis | <i>Jāhiliyyah</i> |
| Fathah + ya' mati | Ditulis | Ā |
| يسعي | Ditulis | <i>yas'ā</i> |
| Kasrah + ya' mati | Ditulis | Ī |
| مجيد | Ditulis | <i>Majīd</i> |
| Dammah + wawu mati | Ditulis | Ū |
| فروض | Ditulis | <i>Furūd</i> |

F. Vokal rangkap:

| | | |
|--------------------|---------|-----------------|
| Fathah + ya' mati | Ditulis | Ai |
| بينكم | Ditulis | <i>Bainakum</i> |
| Fathah + wawu mati | Ditulis | Au |
| قول | Ditulis | <i>Qaul</i> |

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof.

| | | |
|-----------|---------|------------------------|
| انتم | Ditulis | <i>a'antum</i> |
| اعدت | Ditulis | <i>u'iddat</i> |
| لئن شكرتم | Ditulis | <i>la'in syakartum</i> |

H. Kata sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

| | | |
|--------|---------|------------------|
| القران | Ditulis | <i>al-Qur'ān</i> |
| القياس | Ditulis | <i>al-Qiyās</i> |

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf "l" (el) nya.

| | | |
|--------|---------|------------------|
| السماء | Ditulis | <i>as-Samā'</i> |
| الشمس | Ditulis | <i>asy-Syams</i> |

I. Penelitian kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penelitiannya.

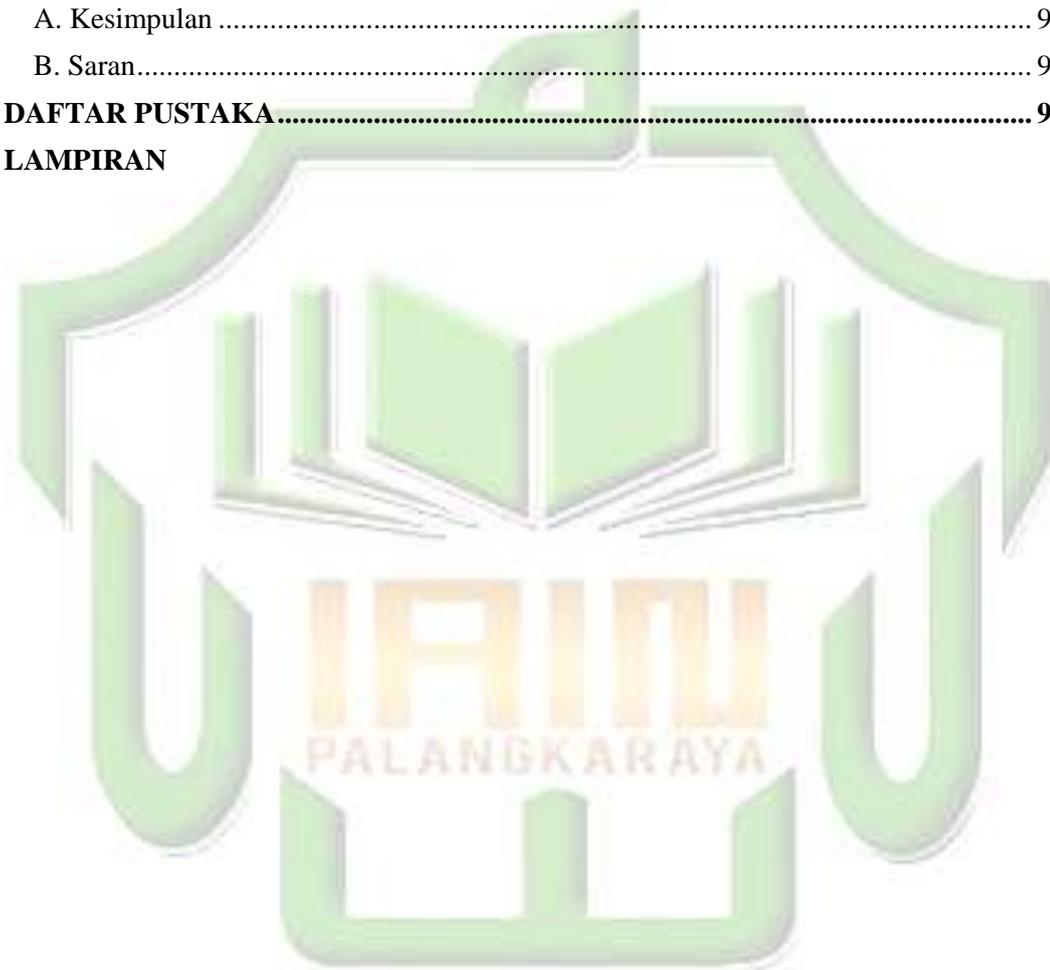
| | | |
|------------|---------|----------------------|
| ذوى الفروض | Ditulis | <i>zawi al-furūd</i> |
| اهل السنة | Ditulis | <i>ahl as-Sunnah</i> |



DAFTAR ISI

| | |
|--|--------------|
| NOTA DINAS..... | viii |
| PERSETUJUAN SKRIPSI | viii |
| LEMBAR PENGESAHAN | viii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACK | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| PERNYATAAN ORISINALITAS..... | viii |
| MOTTO | viii |
| PERSEMBAHAN | x |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN | xi |
| DAFTAR ISI..... | xiv |
| DAFTAR TABEL | xviii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Batasan Masalah..... | 5 |
| C. Rumusan Masalah | 6 |
| D. Tujuan Penelitian | 6 |
| E. Kegunaan Penelitian..... | 6 |
| F. Sistematika Penelitian..... | 6 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 9 |
| A. Penelitian Terdahulu | 9 |
| B. Konsep Teori | 14 |
| 1. Teori Persepsi..... | 14 |
| 2. Perilaku Konsumen | 15 |
| a. Pengertian Perilaku Konsumen | 15 |
| b. Jenis perilaku konsumen | 18 |
| c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen | 19 |
| 3. Perilaku Konsumen Islam | 26 |
| 4. Halal | 45 |
| C. Kerangka Pikir..... | 33 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 36 |
| A. Waktu dan Tempat Penelitian | 36 |
| B. Jenis dan Pendekatan Penelitian..... | 36 |
| C. Subjek dan Objek Penelitian | 38 |

| | |
|--|-----------|
| D. Teknik Pengumpulan Data..... | 40 |
| E. Pengabsahan Data..... | 42 |
| F. Teknik Analisis Data | 43 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 45 |
| A. Gambaran Lokasi Penelitian | 45 |
| B. Deskripsi Hasil penelitian | 52 |
| C. Analisis Data | 80 |
| BAB V KESIMPULAN | 91 |
| A. Kesimpulan | 91 |
| B. Saran..... | 92 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 93 |
| LAMPIRAN | |



DAFTAR TABEL

| | |
|------------------------------------|----|
| Tabel 1 Penelitian Terdahulu | 13 |
| Tabel 2 Subjek Penelitian..... | 39 |
| Tabel 3 Informan Tambahan | 40 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|-------------------------------|----|
| Gambar 1 Kerangka Pikir | 35 |
|-------------------------------|----|



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Makanan adalah salah satu kebutuhan pokok yang sangat penting bagi manusia. Dalam memilih makanan, kebanyakan konsumen lebih mendahulukan cita rasa makanan dan kurang memperhatikan kehalalannya. Sejalan dengan ajaran syariat Islam konsumen Muslim menghendaki agar produk-produk yang akan dikonsumsi terjamin ke halalannya. Dalam ketentuan halal, haram, thayyib, dan syubhat terkandung nilai spritual serta mencerminkan keluhuran budi pekerti dan akhlak seseorang. Maka dari itu, syariaIslam menaruh perhatian yang sangat tinggi dalam menentukan makanan dan minuman itu halal atau haram.

Indonesia merupakan negara yang penduduk muslimnya sebagai mayoritas muslim. Isu makanan halal menjadi isu yang sensitif bagi masyarakat. Selain itu, Indonesia juga merupakan pasar konsumen muslim yang memiliki potensi besar. Pemerintah mempunyai tanggung jawab besar melindungi masyarakat secara keseluruhan, terutama konsumen atas kehalalan produk-produk yang beredar dan dipasarkan. Demikian juga para pelaku bisnis, secara hukum, etika, dan moral berbisnis dituntut memiliki tanggung jawab atas produk yang dihasilkannya dapat membahayakan, atau tidak memenuhi standar yang telah ditentukan. Seluruh aspek agama Islam disyariatkan kepada umatnya untuk selalu beraktifitas ekonomi sesuai dengan ketentuan Allah SWT di muka bumi, dengan tujuan memberikan

kemaslahatan bagi semua manusia dan tidak mendzolimi orang lain, syariat Islam melalui kegiatan ekonomi meliputi kegiatan pasar, perkantoran, pasar modal, dan perbankan.¹

Bisnis Islam merupakan bisnis yang didasarkan oleh aturan halal dan haram mulai dari cara memperoleh hingga bagaimana pemanfaatan harta.² Dalam Islam umat muslim diwajibkan untuk memakan makanan dan minuman yang halal, karena setiap makanan yang di makan akan mendarah daging dalam tubuh dan menjadi sumber energi yang penting untuk kehidupan. Ketidakinginan masyarakat muslim untuk mengkonsumsi produk-produk haram akan meningkatkan ketelitian dalam proses pemilihan makanan. Sehingga akan ada makanan yang dipilih untuk dikonsumsi dan makanan yang tersisih.³

Kehalalan sebagai indikator utama dalam proses pemilihan produk. Ketentuan ini membuat keterbatasan pada produk-produk makanan untuk memasuki pasar umat muslim. Memastikan makanan yang dikonsumsi halal menjadi tanggung jawab bagi setiap muslim. Untuk mempermudah mengetahui makanan yang dikonsumsi halal maka dapat dilihat dari label halal yang tercantum pada makanan tersebut. Label pada produk pangan adalah hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Sesuai dengan peraturan pemerintah No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan pasal 2 ayat 1 “Bahwa setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang

¹Ika Yunia dan Abdul Kadir, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syaria*, Jakarta: Kencana, 2014, h. 32.

²Hermawan kartajaya, *Syaria Marketing*, Bandung: Mizan, 2008, h.8

³Muchtar Ali, “*Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syaria*”, jurnal Ahkam: Vol. XVI. No. 2, Juli 2016, h. 291.

dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label halal pada, di dalam dan atau di kemasan pangan”.

Label merupakan alat penyampai informasi tentang produk yang tercantum pada kemasan. Selain memberikan informasi mengenai nama produk, label juga memberikan informasi daftar bahan yang terkandung dalam produk, berat bersih, daya tahan, nilai ataupun kegunaan produk serta keterangan tentang halal. Pencantuman tulisan “halal” diatur oleh keputusan bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama No. 427/MENKES/SKB/VIII/1985. Makanan halal adalah semua jenis makanan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang terlarang/haram atau yang diolah menurut hukum-hukum Islam. Produsen yang mencantumkan tulisan “halal” pada label/penandaan makanan produknya bertanggungjawab terhadap halalnya makanan tersebut bagi pemeluk agama Islam⁴

Bisnis akan hidup jika keadaan lingkungan di sekitar mendukung adanya bisnis yang didirikan tersebut. Seperti yang kita ketahui bahwa Indonesia bukanlah Negara Islam, namun penduduk mayoritas beragama Islam. Hal inilah yang menjadikan kegiatan perekonomian berbasis syariah yang mengusung etika bisnis nilai-nilai Islami dan melabeli produk dengan label halal menjadi trend bisnis saat ini. Tetapi dibalik semua itu, persoalan yang dihadapi oleh umat Islam saat ini adalah banyaknya produk makanan dan produsen makanan, sehingga untuk memastikan makanan tersebut telah halal bagi seluruh produsen yang ada memerlukan waktu yang sangat lama.

⁴Yuli Mutiah, Syaad Afifuddin, “Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1, No.1, Desember 2012, h. 36.

Setiap muslim mempunyai hak untuk memperoleh jaminan bahwa produk makanan yang dikonsumsi adalah halal, sementara tidak semua produsen, toko-toko dan warung makanan yang ada memiliki label halal hanya produsen yang besarlah yang mayoritas memiliki label halal, sedangkan toko dan warung-warung kecil jarang yang memiliki label halal meskipun pada kenyataannya penyajian dan proses pembuatan makanan di toko dan warung-warung kecil ada juga yang sudah sesuai dengan syariat Islam namun tidak berlabel halal.

Di Indonesia terdapat keanekaragaman suku, budaya dan bangsa. Salah satunya adalah budaya di Palangka Raya, budaya mempunyai suatu petunjuk tersendiri yang menjadi faktor bahwa sebuah toko atau warung dapat dikatakan halal, yaitu, jika di dalamnya ada foto ulama seperti guru Sekumpul (KH. Zaini Bin Abdul Ghani) di dinding warungnya, gambar-gambar para wali (wali sembilan) tulisan do'a-do'a, hiasan kaligrafi arab dan sebagainya. Berdasarkan observasi dari peneliti lakukan bahwa warung yang memiliki gambar tuan guru sekumpul misalnya (KH. Zaini Bin Abdul Ghani) atau gambar-gambar para wali (wali sembilan) umumnya warung tersebut layak makanannya dikonsumsi (halal).⁵

Adanya berbagai macam pandangan budaya masyarakat Indonesia yang *multi cultur* tersebut, menjadi dasar bahwa masyarakat Indonesia tanpa menggunakan label halal MUI pun dapat mengetahui, menilai dan memilih toko, warung dan makanan yang halal. Terkait penjelasan indikator halal,

⁵Hasil Observasi pada hari Sabtu tanggal 9 November 2019 pukul 09:00 WIB.

maka perlu ditinjau bagaimana dasar pengkategorian halal tersebut, apakah indikator tersebut sudah sesuai dengan prinsip-prinsip Ekonomi Islam sehingga indikator tersebut bisa sesuai dengan aturan agama Islam.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih mendalam dengan mengangkat sebuah judul penelitian, yang berjudul **“PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP STANDARISASI HALAL DI MASYARAKAT MUSLIM DI PALANGKA RAYA”**

B. Batasan Masalah

Batasan dalam penelitian ini yaitu berlokasi di kota Palangka Raya, Palangka Raya. Peneliti mengambil lokasi tersebut karena peneliti mengamati bahwa di kota Palangka Raya terdapat berbagai macam suku dan budaya yang berbeda-beda mewakili seluruh wilayah Palangka Raya, seperti suku Banjar, Dayak, dan Jawa.

Masyarakat yang diteliti dalam penelitian ini adalah para konsumen yang membeli makanan di Rumah makan yang terdapat didalamnya gambar foto guru Sekumpul (KH. Zaini Bin Abdul Ghani) di dinding warungnya, gambar-gambar para wali (wali sembilan) tulisan do'a-do'a, hiasan kaligrafi arab dan lainnya.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi halal konsumen pada masyarakat Muslim di Palangka Raya?
2. Bagaimana perilaku konsumen masyarakat Muslim di Palangka Raya dalam menentukan standarisasi halal?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi halal konsumen pada masyarakat muslim di Palangka Raya.
2. Untuk mengetahui perilaku konsumen masyarakat muslim di Palangka Raya dalam menentukan standarisasi halal.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun Kegunaan dari penelitian tugas akhir ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan keilmuan tentang ekonomi syariah mengenai persepsi konsumen terhadap standarisasi halal masyarakat muslim di Palangka Raya

2. Kegunaan Praktis

Salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Palangka Raya.

F. Sistematika Penelitian

Adapun sistematika penelitian untuk mempermudah dalam penyusunan dan pembahasan penelitian ini, maka peneliti membagi dalam beberapa bab, yaitu:

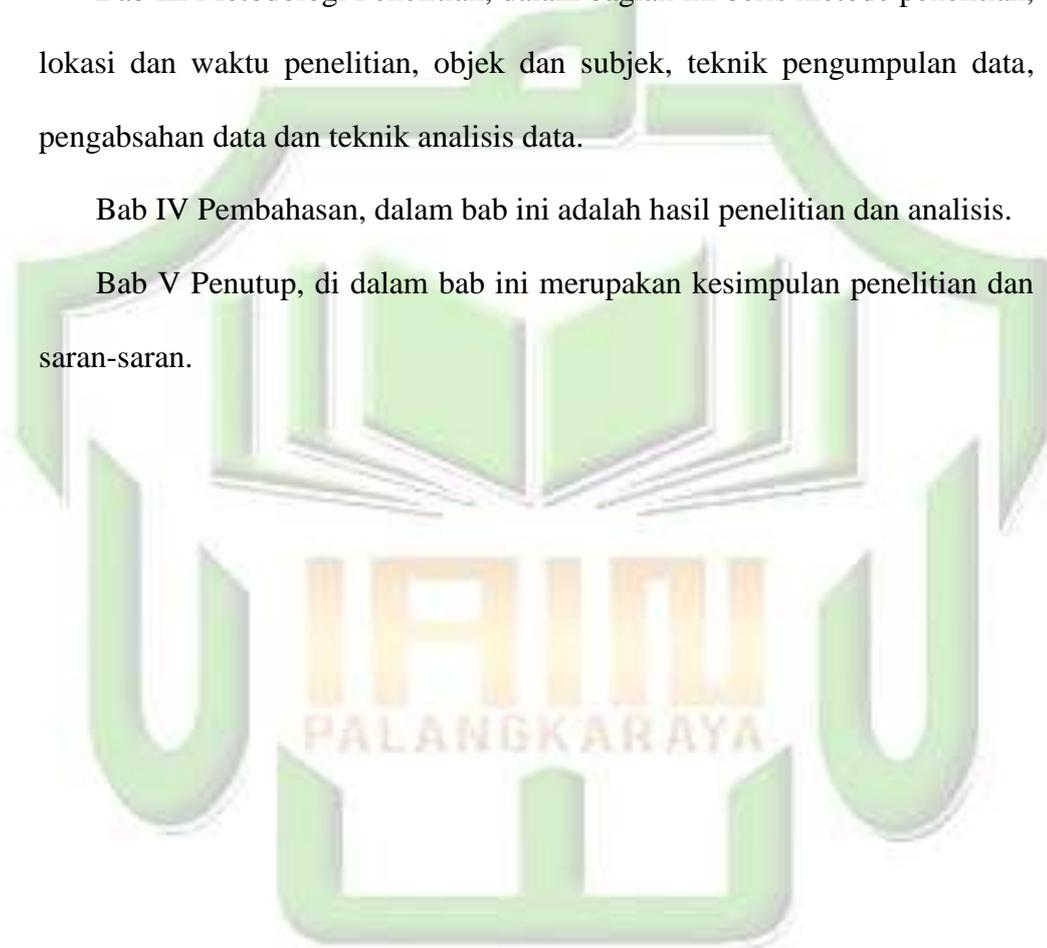
Bab I pendahuluan, terdapat beberapa pokok pembahasan, di antaranya: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab II kajian pustaka, dalam bagian ini berisi penelitian terdahulu, Konsep teoritik. kerangka pemikiran.

Bab III Metodologi Penelitian, dalam bagian ini beris metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, objek dan subjek, teknik pengumpulan data, pengabsahan data dan teknik analisis data.

Bab IV Pembahasan, dalam bab ini adalah hasil penelitian dan analisis.

Bab V Penutup, di dalam bab ini merupakan kesimpulan penelitian dan saran-saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian ini lebih lanjut peneliti telah melakukan penelaahan karya-karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian yang diteliti dengan judul Persepsi konsumen terhadap standarisasi halal masyarakat muslim di palangka raya. Tujuan penelaahan ini untuk menghindari plagiasi dan tidak ada persamaan pembahasan dengan penelitian yang lain. Berikut ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang di jadikan acuan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Azmi Sirajuddin jurnal tahun 2013 berjudul “Regulasi Makanan Halal di Indonesia”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa regulasi makanan halal harus mencakup semua elemen masyarakat. Perlindungan konsumen muslim harus dapat disamakan dengan perlindungan konsumen pada umumnya di Indonesia dengan memberlakukan UU yang memuat perlindungan konsumen yang terdapat pada Hukum Ekonomi Indonesia. Hal itu disebabkan labelisasi halal berhubungan erat dengan pelaksanaan hukum Islam, maka hukum perlindungan konsumen di Indonesia setidaknya menyerap unsur-unsur, nilai-nilai dan norma-norma yang terdapat dalam hukum Islam terutama yang sangat erat hubungannya dengan perlindungan konsumen. Objek dalam jurnal penelitian ini adalah makanan halal dengan meneliti bagaimana regulasi makanan halal di Indonesia. Perbedaan penelitian Azmi Sirajuddin dengan penelitian sekarang adalah terletak pada :

objek dan subjek penelitian, penelitian sekarang menggunakan objek “Persepsi Halal Dalam Masyarakat Budaya Muslim, di Palangka Raya”.⁶ Manfaat dari penelitian Azmi Sirajuddin berupa dapat dijadikan bahan acuan bagi industri industri halal domestik supaya sesuai dalam kategori halal sehingga bisa berdampak pada peningkatan ekonomi syariah.

Rahmah Maulidia dalam jurnal penelitian tahun 2013 berjudul “Urgensi Regulasi Dan Edukasi Produk Halal Bagi Konsumen”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa regulasi dan edukasi produk halal mendesak harus dilakukan, gagasan regulasi dan edukasi untuk perlindungan konsumen dapat disampaikan kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan advokasi konsumen seperti pendidikan, penelitian, pengujian, pengaduan, dan publikasi media konsumen. Objek penelitian ini adalah persepsi masyarakat tentang kriteria produk halal. Adapun perbedaan penelitian yang ditulis oleh Rahmah Maulidah dengan penelitian sekarang adalah terletak pada variabel, objek dan subjek yang diteliti, pada penelitian Rahmah Maulidah menggunakan variabel urgensi regulasi dan edukasi produk halal dan menggunakan objek penelitian persepsi masyarakat tentang kriteria produk halal, manfaat penelitiannya sebagai upaya edukasi produk halal, sehat dan berkualitas di masyarakat mendesak dilakukan, sebagai upaya penguatan hak-hak konsumen. Gagasan perlindungan konsumen dapat disampaikan secara luas kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan advokasi konsumen, seperti pendidikan, penelitian, pengujian, pengaduan, dan

⁶Azmi Sirajuddin, “Regulasi Makanan Halal di Indonesia”, TAPIS, Vol. XIII, No. 01 (Januari-Juni, 2013).

publikasi media konsumen. sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel perilaku konsumen, makanan halal.⁷

Penelitian yang ditulis oleh Hijrah Lahaling, Kindom Makkulawuzar dan Singkeru Rukka yang termuat dalam jurnal tahun 2015 berjudul “Hakikat Labelisasi Halal Terhadap Perlindungan Konsumen di Indonesia”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih lemahnya perlindungan hukum bagi konsumen, tidak maksimalnya pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah, LPKSM, dan masyarakat. Selain itu hadirnya Undang-Undang Jaminan Produk Halal Nomor 33 Tahun 2014 masih menuai polemik, salah satunya terkait kewenangan oleh MUI. Objek penelitian yang dilakukan oleh Hijrah Lahaling adalah perlindungan konsumen di Indonesia. Adapun perbedaan penelitian yang ditulis oleh Hijrah Lahaling Dkk dengan penelitian sekarang adalah terletak pada variabel dan objek penelitiannya, pada penelitian Hijrah Lahaling Dkk menggunakan variabel Hakikat Labelisasi Halal, dan objeknya menggunakan Perlindungan Konsumen di Indonesia, manfaat dari penelitiannya adalah penegakkan dan penjaminan hak-hak konsumen, serta di adakannya pengawasan terhadap produk yang beredar di pasaran, dan pengawasan di lakukan oleh pihak yang berwenak dan pihak masyarakat. sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan variabel konstruksi indikator-indikator halal dengan menggunakan objek penelitian warung makan halal⁸

⁷Rahmah Maulidah, “*Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal Bagi Konsumen*”, *Justitia Islamica*, Vol. 10, No. 2 (Juli-Desember, 2013).

⁸Hijrah Lahaling DKK, “*Hakikat Labelisasi Halal Terhadap Perlindungan Konsumen di Indonesia*”, *HARLEV*, Vol. 1, No. 2 (Agustus, 2015).

Dari ketiga penelitian di atas dapat kita ketahui bahwa terdapat persamaan dan perbedaan dari masing-masing penelitian dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dari ketiganya sama-sama merupakan sebuah penelitian yang meneliti tentang produk halal konsumen. Sedangkan perbedaan terletak pada fokus masing-masing penelitian. Fokus pada penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu pada persepsi konsumen terhadap standarisasi halal masyarakat muslim di palangka raya.

Untuk lebih jelasnya perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel berikut:



Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| No. | Nama Peneliti, Judul dan Tahun Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|-----|--|---|--|
| 1. | Azmi Sirajuddin, 2013, “Regulasi Makanan Halal di Indonesia”. | Meneliti tentang produk halal | Fokus penelitian yaitu meneliti tentang Persepsi konsumen terhadap standarisasi halal masyarakat muslim di palangka raya.. |
| 2. | Rahmah Maulidia, 2013, “Urgensi Regulasi Dan Edukasi Produk Halal Bagi Konsumen” | Meneliti tentang produk halal bagi konsumen | Fokus penelitian yaitu meneliti tentang Persepsi konsumen terhadap standarisasi halal masyarakat muslim di palangka raya. |
| 3. | Hijrah Lahaling, Kindom Makkulawuzar dan Singkeru Rukka, 2015, “Hakikat Labelisasi Halal Terhadap Perlindungan Konsumen di Indonesia”. | tentang produk halal bagi konsumen | Fokus penelitian yaitu meneliti tentang Persepsi konsumen terhadap standarisasi halal masyarakat muslim di palangka raya. |

Sumber :dibuat oleh peneliti.

B. Konsep Teori

1. Teori Persepsi

a. Persepsi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia persepsi merupakan tanggapan (penerima) langsung dari sesuatu atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.⁹

Menurut Jalaludin Rakhmat, persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.¹⁰ Sedangkan menurut Bimo Walgito, persepsi merupakan suatu proses yang didahului penginderaan yaitu proses stimulus oleh individu melalui proses sensoris. Namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan diproses selanjutnya merupakan proses persepsi.¹¹

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian persepsi adalah suatu proses penginderaan, stimulus yang diterima oleh individu melalui alat indera yang kemudian diinterpretasikan sehingga individu dapat memberikan pandangan, memahami dan dapat mengartikan

⁹Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII. 2003. h. 18.

¹⁰Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Posdakarya. 2011. h. 27.

¹¹Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta: Andi Offset, 2002. h. 14.

tentang stimulus yang diterimanya yang biasanya diperoleh dari pengalaman dan penglihatan individu.

Faktor-faktor yang menimbulkan adanya persepsi:¹²

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu, dan hal-hal lain termasuk apa yang disebut sebagai faktor personal. Persepsi bersifat selektif secara fungsional yang berarti bahwa objek-objek yang mendapat tekanan dalam persepsi biasanya objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi.

Faktor-faktor struktural yang menentukan persepsi berasal dari luar individu, seperti lingkungan, budaya, hukum yang berlaku, nilai-nilai dalam masyarakat sangat berpengaruh terhadap seseorang dalam mempersepsikan sesuatu.

2. Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Pengertian konsumen dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan dan sebagainya).¹³ Istilah konsumen berasal dari kata consumer (Inggris-Amerika), atau *consumen*.¹⁴ pengertian "konsumen" yang berasal dari *consumer* berarti "pemakai", namun dapat juga diartikan lebih luas lagi sebagai "korban pemakaian produk yang cacat", baik korban

¹²Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*...h. 29.

¹³KBBI Daring, Konsumen, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konsumen>. (Online pada hari Kamis tanggal 14 November 2019) Pukul 13:12 WIB.

¹⁴Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, h. 22.

tersebut pembeli, bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai, karena perlindungan hukum dapat dinikmati pula oleh korban yang bukan pemakai.¹⁵

Menurut Mangkunegara perilaku konsumen merupakan suatu tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, dan menggunakan barang-barang atau jasa ekonomi yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.¹⁶

Sedangkan menurut Kotler dan Keller Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.¹⁷

Peter J. Paul dan Jerry C Olson menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara pengaruh dan kondisi perilaku dan kejadian di sekitar lingkungan dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam kehidupan mereka.¹⁸

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat dua hal penting dari perilaku konsumen yaitu interaksi kegiatan fisik dan proses pengambilan keputusan yang seluruhnya ini

¹⁵ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis Dan Perkembangan Pemikiran)*, Nusa Media, Bandung, 2008, h. 7.

¹⁶ Mangkunegara, A.P, *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi, Cetakan Keempat*, Bandung:PT Refika Aditama, 2009, h 4

¹⁷ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, Alih Bahasa Bob Sabran, Erlangga: Jakarta, 2008, h 166.

¹⁸ Peter J. Paul Dan Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi ke Empat, Jilid I*, Jakarta:Erlangga, 2006, h 6.

dinilai oleh individu, mendapatkan barang-barang dan mempergunakan jasa secara ekonomis. Dengan kata lain perilaku konsumen adalah ilmu yang mempelajari tingkah laku individu dalam arti proses penilaian yang dilakukan untuk membeli suatu barang dan jasa.

Ada beberapa batasan tentang konsumen, yaitu:¹⁹

- 1) Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu;
- 2) Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan atau jasa lain untuk diperdagangkan (tujuan komersil); bagi konsumen antara, barang atau jasa itu adalah barang atau jasa kapital yang berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksinya (produsen). Konsumen antara ini mendapatkan barang atau jasa di pasar industri atau pasar produsen.
- 3) Konsumen akhir adalah setiap orang yang mendapat dan menggunakan barang dan atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non komersial). Istilah konsumen juga dapat kita temukan dalam peraturan perundang-undangan Indonesia. Secara yuridis formal pengertian konsumen

¹⁹Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*,... h. 25.

dimuat dalam Pasal 1 angka 2 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, ”konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.²⁰

b. Jenis perilaku konsumen

Ada dua jenis konsumen, yaitu konsumen rasional dan konsumen irasional. Keduanya mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Konsumen Rasional, adalah Konsumen yang mengedapankan berbagai aspek konsumen secara umum, seperti; kebutuhan utama, kebutuhan mendesak, dan kegunaan produk terhadap konsumen tersebut. Berikut ciri-ciri konsumen rasional:
 - a) Konsumen rasional hanya membeli suatu produk berdasarkan kebutuhannya, bukan berdasarkan keinginan.
 - b) Produk yang dibeli oleh konsumen ini memberikan kegunaan optimal bagi dirinya.
 - c) Konsumen ini hanya membeli produk-produk yang terjamin kualitas dan mutunya.
 - d) Konsumen ini umumnya membeli suatu produk yang harganya sesuai dengan kemampuan keuangannya.
- 2) Konsumen Irasional adalah konsumen yang mudah terbujuk oleh iming-iming potongan harga, atau strategi marketing lainnya dari

²⁰*Ibid* h. 27.

suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kegunaan produk tersebut bagi dirinya. Berikut ciri-ciri konsumen irasional:

- a) Konsumen irasional sangat mudah dipengaruhi oleh iklan dan promosi di berbagai media.
- b) Konsumen ini cenderung memilih barang-barang berdasarkan popularitas merk, bukan berdasarkan kegunaannya.
- c) Biasanya konsumen ini cenderung membeli barang karena prestise atau gengsi, bukan berdasarkan kebutuhannya.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen perlu dipahami siapa konsumen, sebab dalam suatu lingkungan yang berbeda akan mengalami perbedaan, kebutuhan, pendapat, sikap dan selera yang berbeda²¹. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut :

1) Faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya.

Faktor kebudayaan memberikan pengaruh paling luas dan dalam

²¹ Suprihati & Wikan Budi Utami, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Kepuasan Pembelian Mobil Pribadi di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo*, ISSN: Vol.13, No.01, Januari 2015.

tingkah laku konsumen. Pemasar harus mengetahui peran yang dimainkan oleh:

- a) Budaya adalah kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya.
- b) Sub budaya adalah sekelompok orang dengan sistem nilai terpisah berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang umum. Sub budaya termasuk nasionalitas, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis.
- c) Kelas sosial adalah divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan para anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan tingkah laku yang serupa.

2) Faktor Sosial

Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen tersusun secara hierarki dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat yang serupa. Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, berupa:

- a) Kelompok adalah dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai sasaran individu atau bersama.
- b) Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat yang relatif mendalam.

- c) Peran dan Status adalah terdiri dari aktivitas yang diharapkan dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada disekitarnya.

3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan.

- a) Umur dan tahap daur hidup, orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama masa hidupnya. Selera akan makanan, pakaian, perabot dan rekreasi.
- b) Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya..
- c) Situasi ekonomi sekarang akan mempengaruhi pilihan produk.
- d) Gaya hidup, pola kehidupan seseorang diwujudkan dalam aktivitas yang lebih dari sekedar kelas sosial bahkan berintraksi dengan seluruh dunia.
- e) Kepribadian dan konsep dari kepribadian setiap orang jelas mempengaruhi tingkah laku membelinya.

4) Faktor Psikologis

Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang

tanpa mengabaikan pengaruh di masa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang.

3. Perilaku konsumen islam

Perilaku Konsumen dalam Perpektif Ekonomi Islam, Prinsip Dasar Konsumsi Islami Fokus pembahasan Ekonomi Islam pada hakekatnya terletak pada penyikapan manusia pada harta. Termasuk didalamnya semua perilaku manusia dalam mencari harta (produksi), menyimpan harta (mengelola kekayaan) dan membelanjakan harta (konsumsi). Ada empat prinsip utama dalam Sistem Ekonomi Islam yang diisyaratkan²² :

- a. Hidup hemat dan tidak bermewah mewah, bermakna juga bahwa tindakan ekonomi hanyalah sekedar untuk memenuhi kebutuhan bukan memuaskan keinginan sikap tidak berlebihan dan mengutamakan kepentingan orang lain adalah yang paling penting yang diartikan secara luas.
- b. Implementasi Zakat pada tingkat negara mekanisme zakat adalah obligatory zakat system bukan voluntary zakat system. Disamping itu ada juga instrumen sejenis yang bersifat sukarela (voluntary) yaitu infak, shadaqah, wakaf, dan hadiah. Zakat, infak, shadaqah dan sejenisnya merupakan salah satu saluran penyeimbang dari saluran kebutuhan individual, yang disebut sebagai saluran konsumsi sosial. Saluran ini hanya ada dalam Ekonomi.

²² Kurniati, *Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesiam, Vol. IV, No. 01, Juni 2016. h. 48

- c. Penghapusan/pelarangan Riba ; menjadikan sistem bagi hasil dengan instrumen mudharabah dan musharakah sebagai pengganti sistem kredit berikut instrumen bunganya.
- d. Menjalankan usaha-usaha yang halal dari produk atau komoditi, manajemen, proses produksi hingga proses sirkulasi atau distribusi haruslah ada dalam kerangka halal. Usaha-usaha tadi tidak boleh bersentuhan dengan judi (maisir) dan spekulasi (gharar). Sebagaimana firman Allah

Dari prinsip-prinsip demikian, terlihat bahwa model perilaku muslim dalam menyikapi harta benda dan jasa bukanlah merupakan tujuan. semuanya merupakan media untuk akumulasi kebaikan dan pahala demi tercapainya falah (kebahagiaan dunia akhirat). Harta merupakan pokok kehidupan karenanya harus dijaga dan dikembangkan melalui pola-pola produktif. Harta benda merupakan karunia Allah yang diberikan kepada manusia sesuai dengan usaha yang dilakukannya²³.

Dari prinsip dasar konsumsi tersebut berkembanglah beberapa teori mengenai perilaku konsumsi diantaranya:

- a. Konsep keberkahan di sini merupakan konsep yang tidak bisa ditawarkan dalam perilaku bisnis muslim. Dengan begitu, jika produsen menempatkan berkah/keberkahan ini menjadi salah satu atribut produk yang dijualnya, tingkat kesejahteraan konsumen yang memperhatikan masalah berkah/keberkahan

²³ Kurniati, *Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*,..... h. 50

lebih besar dibanding dengan yang tidak memperhatikan hal ini. Perilaku konsumen muslim dalam memilih barang yang akan dikonsumsinya sangat ditentukan oleh kandungan berkah yang ada dalam produk tersebut dan bukan masalah harga.

- b. Konsep Konsumsi Sosial. perbedaan mendasar dari perilaku konsumen muslim adalah adanya saluran penyeimbang dari saluran kebutuhan individual yang disebut dengan saluran konsumsi sosial. Saluran konsumsi sosial yang dimaksud adalah Zakat dan sedekah. Perilaku konsumen muslim juga dibatasi dengan ketentuan-ketentuan syari'at.
- c. Konsep Kemanfaatan (masalah). Apabila dalam ekonomi konvensional dikenal dengan utilitas sebagai tujuan konsumsi, maka dalam ekonomi Islam dikenal konsep masalah. Berbeda dengan utilitas yang subyektif dan bertolak dari pemenuhan keinginan (want), masalah relatif lebih obyektif karena bertolak dari pemenuhan kebutuhan (need).²⁴

Namun pada tingkatan praktis, perilaku ekonomi (economic behavior) sangat ditentukan oleh tingkat keyakinan atau keimanan seseorang atau sekelompok orang yang kemudian membentuk kecenderungan perilaku

²⁴ Kurniati, *Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam,.....* h. 51

konsumsi dan produksi di pasar. Dengan demikian dapat disimpulkan perilaku ekonomi dengan menggunakan tingkat keimanan sebagai asumsi.

Ketika keimanan ada pada tingkat yang cukup baik, maka motif berkonsumsi atau memproduksi akan didominasi oleh tiga motif utama tadi, masalah, kebutuhan dan kewajiban.

Ketika keimanan ada pada tingkat yang kurang baik, maka motifnya tidak didominasi hanya oleh tiga hal tadi tapi juga kemudian akan dipengaruhi secara signifikan oleh ego, rasionalisme (materialisme) dan keinginan-keinginan yang bersifat individualitas.

Ketika keimanan ada pada tingkat yang buruk, maka motif berekonomi tentu saja akan didominasi oleh nilai-nilai individualitas (selfishness); ego, keinginan dan rasionalisme.

Demikian pula dalam konsumsi, Islam memposisikan sebagai bagian dari aktifitas ekonomi yang bertujuan mengumpulkan pahala menuju falah (kebahagiaan dunia dan akhirat). Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah masalah atas kebutuhan dan kewajiban.²⁵

Muhammad Muflih menjelaskan tentang konsumsi dalam Islam bahwa perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah Swt. Seorang konsumen muslim akan mengalokasikan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan duniawi dan ukhrawinya. Konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara

²⁵ Kurniati, *Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam,* h. 51

pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yang dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.²⁶

4. Halal

Halal berasal dari kata arab yang berarti melepaskan atau tidak terikat. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dilakukan secara bebas atau tidak terikat oleh hal-hal yang melarangnya.²⁷ Halal adalah sesuatu yang dengannya terurailah buhulyang membahayakan, dan Allah memperbolehkan untuk di kerjakan menurut ajaran Islam.²⁸

Awal mula segala sesuatu itu mubah (boleh) sebelum ada dalil yang mengharamkannya²⁹. Dalam prinsip yang menetapkan bahwa segala sesuatu hukum asalnya adalah boleh, terdapat dalam ayat QS. al-Baqarah 2: 29:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا

Artinya :

“Dialah yang menciptakan untuk kalian segala sesuatu di bumi.”³⁰

²⁶ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Raja Grafindo Persada, Jakarta 2006, h. 15

²⁷ Aisjah Girindra, *Pengukir Sejarah Sertifikasi Halal*, LP POM MUI, Jakarta, 2005, h. 20.

²⁸ Yusuf Qardhawi, *Halal Haram dalam Islam*, Era Intermedia, Surakarta, 2011, h. 30.

²⁹ Abdul Wahhab Khallaf, *Ilmu Ushul Fiqh*, Dina Utama, Semarang, 1994, h.127.

³⁰ Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya*, pustaka al-Hanan, jakarta, 2009, h.5.

Firman-Nya : Dialah (Allah) yang menciptakan segala yang ada di bumi untuk kamu dipahami oleh banyak ulama sebagai penunjuk bahwa dasarnya segala apa yang terbentang di bumi ini dapat digunakan oleh manusia, kecuali jika ada dalil lain melarangnya. Sebagian kecil ulama tidak memahami demikian. Mereka mengharuskan adanya dalil yang jelas untuk memahami boleh atau tidaknya sesuatu.³¹

Konsep Kehalalan sangatlah terbentang luas. Jadi, selama segala sesuatu belum ada ayat al-Qur'an dan Hadist yang mengharamkan atau menghalalkannya, maka kembali pada hukum asalnya, yaitu boleh. Apabila dikaitkan perihal makanan, ada yang berasal dari binatang dan ada pula yang berasal dari tumbuh-tumbuhan. Ada binatang darat dan ada pula binatang laut. Ada binatang suci yang boleh dimakan dan ada pula binatang najis dan keji yang terlarang memakannya. Demikian juga makanan yang berasal dari bahan-bahan tumbuhan. Untuk seterusnya marilah mempelajari keterangan dari al-Qur'an dan hadist yang menyatakan makanan dan minuman yang halal dan yang haram dan kesimpulan hukum yang diambil dari pada keduanya.³²

Menurut Himpunan Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah makanan yang dibolehkan memakannya menurut ajaran

³¹M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah (pesan, kesan dan keserasian Al-Qurr'an) Volume I*, Lentera Hati, Jakarta, 2002, h. 138.

³² Kasmawati, *Makanan Halal Dan Tayyib Perspektif Al-Qur'an (Kajian TahliLi Dalam Qs. Al-Baqarah/2: 168)*, Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2014, h. 17.

Islam.³³Sertifikat halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan suatu kehalalan produk menurut syariat islam. Sertifikat ini merupakan syarat apabila ingin mendapatkan pencantuman label halal dari instansi pemerintah yang berwenang.

a. Syarat-Syarat Makanan Halal Menurut hukum Islam

Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi kehalalan sesuai dengan syariat Islam.³⁴ Dalam Al-Qur'an, Allah memerintahkan agar manusia mengkonsumsi makanan dan minuman yang sifatnya halal dan baik.

1. Tidak mengandung babi dan bahan makanan yang berasal dari babi.
2. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan, seperti bahan-bahan dari organ manusia, darah, kotoran, dan sebagainya.
3. Semua bahan yang berasal dari halal dandisembelih melalui syariat Islam.
4. Tidak mengandung bahan-bahan lain yang diharamkan atau tergolong najis seperti:bangkai, darah, bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, kotoran dan lain sebagainya.
5. Semua tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan, pengelolaan dan alat transportasi untuk produk halal tidak boleh digunakan untuk babi atau barang tidak halal lainnya.
6. Semua makanan yang tidak mengandung khamar

³³Bagian proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Hak, *Petunjuk Teknis Sistem Produksi Halal*, Departemen Agama RI, Jakarta: 2003, h. 3

³⁴Aisjah Girindra, *Pengukir Sejarah Sertifikasi Halal*,..., h. 124-125..

7. Makanan yang didapat dari cara yang tidak halal, seperti : hasil curian, rampasan, korupsi, riba.

Pengertian halal dan haram ini sesungguhnya bukan hanya menyangkut kepada masalah makanan dan minuman saja, tetapi juga menyangkut perbuatan. Jadi ada perbuatan yang dihalalkan, ada pula perbuatan yang diharamkan. Pengertian makanan yang halal meliputi:³⁵

1. Makanan yang halal secara zatnya, adalah menurut zatnya adalah makanan atau minuman yang hukum mengkonsumsinya halal jika ditinjau dari zat yang terkandung dalam makanan atau minuman tersebut. Contoh makanan yang hukumnya halal jika ditinjau dari segi zat yang terkandung di dalamnya adalah daging kambing, daging ayam dan daging sapi. Sedangkan makanan yang tidak halal berdasarkan zatnya adalah daging anjing dan daging babi
2. Makanan yang halal menurut cara prosesnya adalah Makanan yang halal tetapi bila diproses dengan cara yang tidak halal, maka menjadi haram. Memproses secara tidak halal itu bila dilakukan Penjualan hewan yang tidak dilakukan oleh seorang muslim, dengan tidak menyebut atas nama Allah dan menggunakan pisau yang tajam, Daging hewan yang halal tercemar oleh zat haram atau tidak halal menjadi tidak halal. Pengertian tercemar disini bisa melalui tercampurnya dengan bahan tidak halal, berupa bahan baku, bumbu atau bahan penolong lainnya. Bisa juga karena tidak

³⁵Kasmawati, *Makanan Halal Dan Tayyib Perspektif Al-Qur'an*, ..., h.50.

terpisahnya tempat dan alat yang digunakan memproses bahan tidak halal. Adapun ikan baik yang hidup di air tawar maupun yang hidup di air laut semuanya halal, walaupun tanpa disembelih, termasuk semua jenis hewan yang hidup di dalam air.

3. Halal cara memperolehnya adalah makanan yang halal dan zatnya halal, tetapi dapat menjadi haram tergantung bagaimana cara memperolehnya. Makanan halal dapat menjadi haram apabila diperoleh melalui hasil mencuri, melakukan perbuatan zina, menipu, hasil riba dan maupun korupsi dan lain sebagainya.

Mengenai makanan halal, Ibnu Hazm berpendapat bahwa sesuatu yang tampak yang dianggap sudah najis, maka tidak boleh dikonsumsi. Sedangkan menurut Imam Al-Ghazali mengatakan bahwa kehalalan dapat dilihat dari segi zat bendanya sendiri itu diperoleh dengan cara yang baik, tidak berbahaya, tidak memabukkan dan dikerjakan menurut syariat agama³⁶ Menurut Yusuf Qardawi berpendapat bahwa sesuatu yang tidak busuk yang tidak pernah diharamkan dalam sunahnya, bersih, enak dan lezat.

Konsep halal bisa menjadi haram (mashlahah) dan haram bisa menjadi halal (darurat) dengan berbagai alasan seperti binatang yang ketika disembelih disebut nama selain Allah, berarti binatang yang disembelih tidak disebut nama Allah tentu saja semua bagian yang dapat

³⁶Imam al-Ghazali, *Benang Tipis antara Halal dan Haram*, Putra Pelajar, Surabaya, 2002, h. 22– 23.

dimakan menjadi haram untuk dijadikan makanan sama seperti bangkai dan babi.³⁷

Mashlahah yang berarti mendatangkan kebaikan atau yang membawa kemanfaatan dan menolak kerusakan.³⁸ Dengan kata lain masalah mursalah merupakan kepentingan yang diputuskan bebas, namun tetap terikat pada konsep syari'ah yang mendasar. Karena syari'ah sendiri ditunjuk untuk memberikan kemanfaatan kepada masyarakat secara umum dan berfungsi untuk memberikan kemanfaatan dan mencegah kemazdaratan (kerusakan).³⁹

Kemudian mengenai ruang lingkup berlakunya masalah mursalah dibagi atas tiga bagian yaitu:

a. *Al-Maslahah al-Daruriyah*

Al-Maslahah al-Daruriyah (kepentingan-kepentingan yang esensi dalam kehidupan) seperti memelihara agama, memelihara jiwa, akal, keturunan, dan harta.

b. *Al-Maslahah al-Hajjiyah*

Al-Maslahah al-Hajjiyah (kepentingan-kepentingan esensial di bawah derajatnya al-maslahah daruriyyah), namun diperlukan dalam kehidupan manusia agar tidak mengalami kesukaran dan kesempitan yang jika tidak terpenuhi akan mengakibatkan kerusakan dalam

³⁷Ratna Wijayanti, Meftahudin, *Kaidah Fiqh dan Ushul Fiqh Tentang Produk Halal Metode Istinbath dan Ijtihad dalam Menetapkan Hukum Produk Halal*, International Journal Ihyia 'Ulum Al-Din : Vol 20 No 2m November 2018.

³⁸Munawar Kholil, *Kembali Kepada Al-Quran Dan As-Sunnah*, Semarang: Bulan Bintang, 1955, h. 43.

³⁹Abdullah Wahab Khallaf, *Ilmu Ushulul Fiqh (Kaidah-kaidah Hukum Islam)*, terj. Noer Iskandar al-Bansany, Cet. 8; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002, h. 123.

kehidupan, hanya saja akan mengakibatkan kesempitan dan kesukaran baginya.⁴⁰

Sedangkan Mudarat adalah sesuatu yang datang tanpa ada yang bisa menahannya. Dalam *Qaidah Assiyyah* terdapat beberapa macam mudarat yaitu,⁴¹

- a. Kemudharatan dapat menghalalkan sesuatu yang awalnya diharamkan menurut syariat. Contohnya, orang yang dilanda kelaparan diperkenankan makan binatang yang diharamkan karena ketidak adaan makanan yang halal.
- b. Kemudharatan itu tidak bisa dihilangkan dengan menimbulkan kemudharatan yang lain. Oleh karena itu, orang yang dalam keadaan terpaksa menghajatkan sekali kepada makanan, maka tidak boleh makan makan milik orang lain yang juga sangat menghajatkannya.
- c. Menolak kerusakan (mafsadat) lebih didahulukan daripada menarik kemaslahatan. Oleh karena itu, apabila berjual beli hukumnya sunnat, tetapi jika jual beli itu mengandung aspek riba, maka jual beli itu menjadi dilarang.
- d. Apabila dua buah kemudharatan saling berlawanan maka haruslah dipelihara yang lebih berat mudharatnya dengan melaksanakan yang lebih ringan dari padanya. Apabila terjadi perlawanan antara kemashlahatan dan kemudharatan, maka harus diperhatikan mana yang lebih kuat di antara keduanya.

⁴⁰*Ibid'* h.123.

⁴¹ Fathurrahman Azhari, *Qawaid Fiqhiyyah Muamalah* Cet.1; Banjarmasin: Lembaga Peberdayaan Kualitas Ummat, 2015, h. 111-113.

e. Sesuatu yang diperbolehkan karena dharurat, harus diperkirakan menurut batasan ukuran kebutuhan minimal

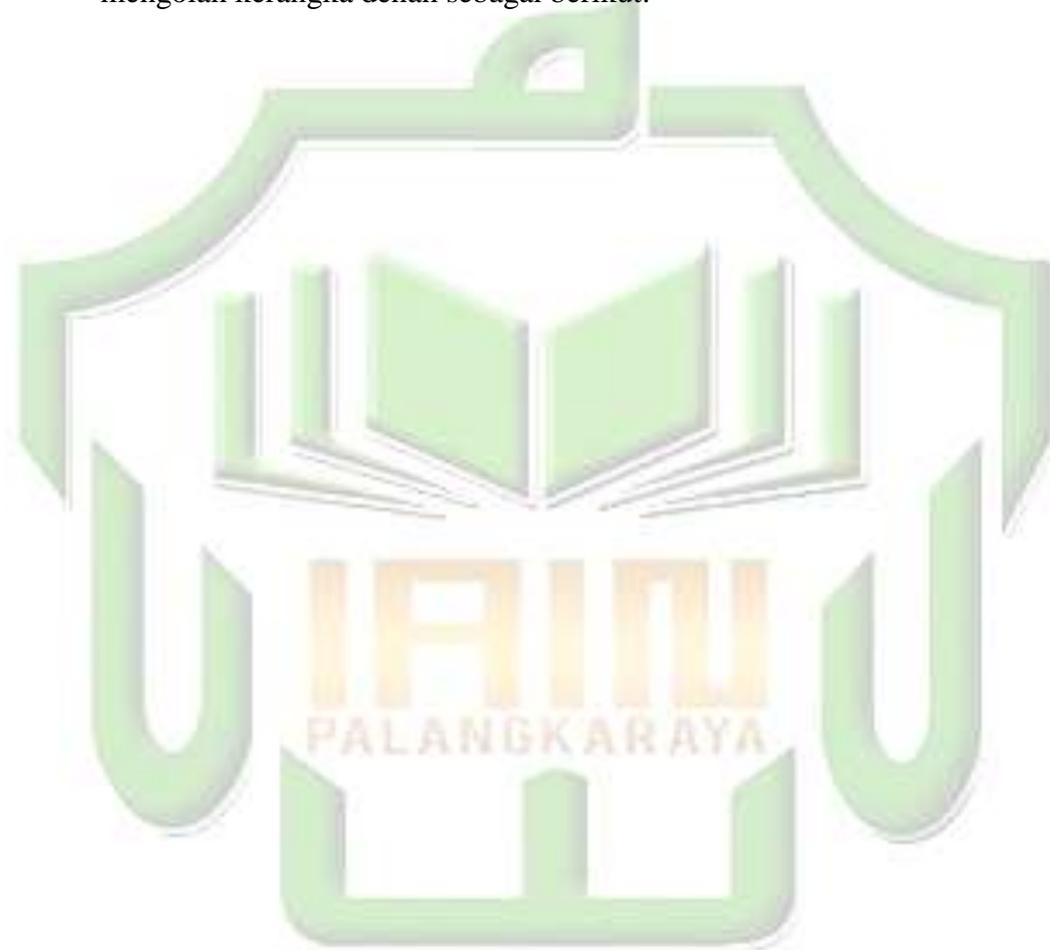
Agama Islam adalah agama yang indah, *Rahmatan Lil A'lamin* karena, Agama Islam memberikan keringanan kepada pemeluknya jika dalam keadaan darurat. Contoh, Babi adalah binatang yang haram jika di makan oleh umat Islam tetapi jika dalam keadaan tersesat didalam hutan tetapi tidak ada makanan lain yang dapat dimakan maka boleh untuk orang itu untuk memakan daging babi tersebut untuk sebatas menambah energi.

Berdasarkan dari uraian di atas peneliti mendapat sebuah kesimpulan bahwa halal adalah suatu produk baik itu yang dikonsumsi atau yang dipakai yang tidak ada unsur najis yang diharamkan oleh Al-Qur'an dan Hadist di dalamnya yang mana produk tersebut didapatkan dengan cara yang juga baik.

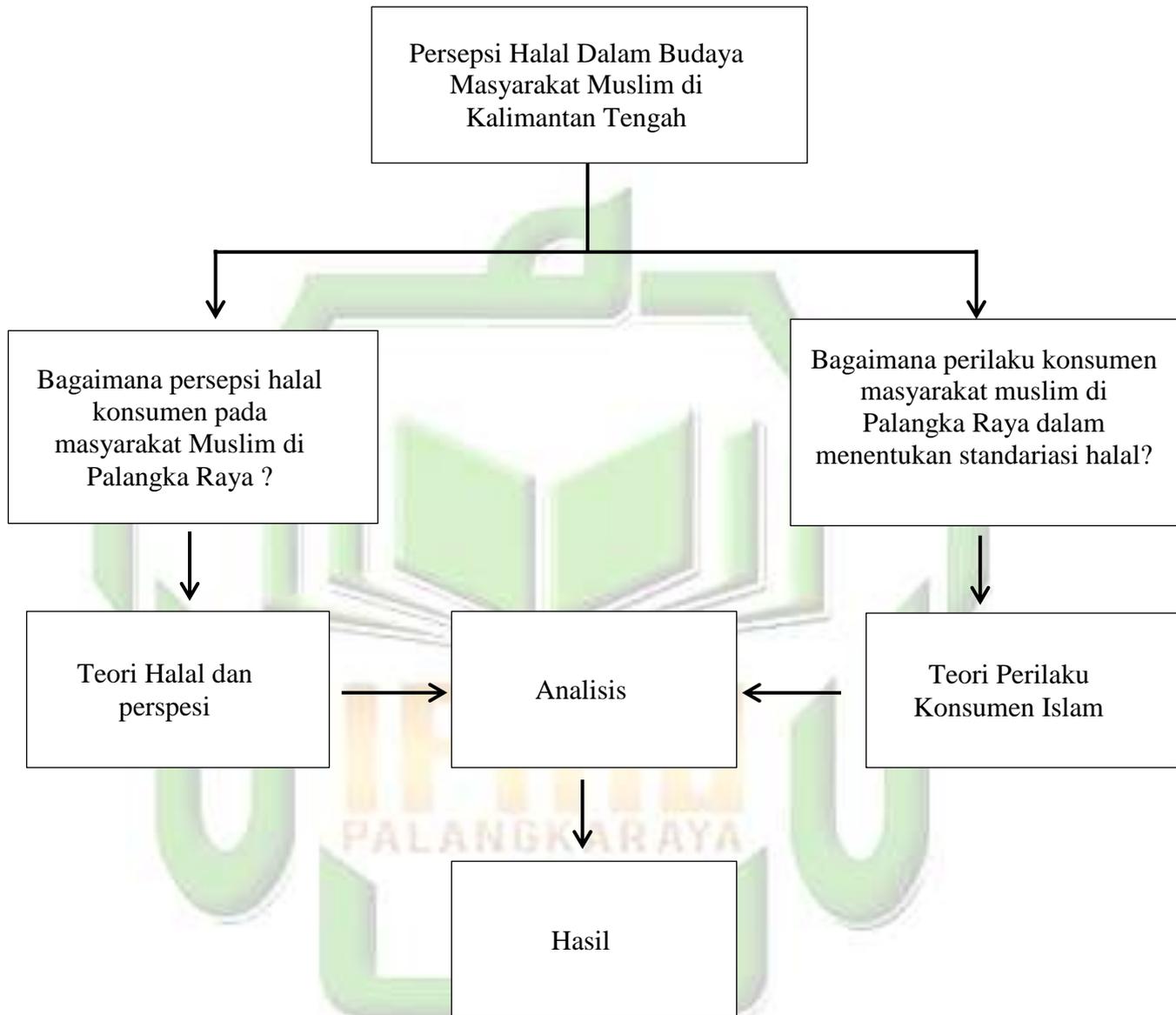
C. Kerangka Pikir

Pada penelitian ini diawali dengan informasi dan observasi awal peneliti tentang judul Persepsi konsumen terhadap standarisasi halal masyarakat muslim di palangka raya. Masyarakat di Palangka Raya meraka mempunyai suatu petunjuk tersendiri yang menjadi faktor bahwa sebuah toko atau warung dapat dikatakan halal, jika didalamnya ada foto guru Sekumpul (KH. Zaini Bin Abdul Ghani) di dinding warungnya, tulisan do'a-do'a, hiasan kaligrafi arab dan sebagainya.

Berdasarkan observasi dari peneliti lakukan bahwa hal tersebut masyarakat di Palangka Raya menilai bahwa warung itu halal. Berdasarkan hal itu peneliti berpikir meneliti secara mendalam tentang Persepsi konsumen terhadap standarisasi halal masyarakat muslim di palangka raya. Untuk memudahkan kerangka berpikir ini maka peneliti mengolah kerangka denah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pikir



Sumber : dibuat oleh peneliti

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian yaitu selama dua bulan setelah proposal ini diseminarkan dan telah mendapatkan izin dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Tempat penelitian ini yaitu berlokasi di kota Palangka Raya, Palangka Raya. Peneliti mengambil lokasi tersebut karena peneliti mengamati bahwa di kota Palangka Raya terdapat berbagai macam suku dan budaya yang berbeda-beda mewakili seluruh wilayah Palangka Raya, seperti suku Banjar, Dayak, dan Jawa. Rumah makan yang menjadi tempat penelitian seperti rumah makan yang terdapat di dalamnya gambar foto guru Sekumpul (KH. Zaini Bin Abdul Ghani) di dinding warungnya, gambar-gambar para wali (wali sembilan) tulisan do'a-do'a, hiasan kaligrafi arab dan lainnya.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif etnografi. Etnografi adalah pendekatan empiris dan teoritis yang bertujuan untuk memberi gambaran holistik subjek penelitian dengan penekanan pada pemotretan pengalaman sehari-hari individu dengan mengamati dan mewawancarai mereka dan orang lain yang berhubungan. Dilihat dari asal kata etnografi berasal dari kata *ethno* (bangsa) dan *graphy*

(menguraikan). Jadi etnografi bertujuan menguraikan suatu budaya secara menyeluruh yakni semua aspek budaya, baik yang bersifat material seperti artefak budaya (alat-alat, bangunan dan sebagainya) dan yang bersifat abstrak, seperti pengalaman, kepercayaan, norma dan sistem nilai kelompok yang diteliti. Etnografi dapat diartikan merupakan suatu metode yang menjelaskan, menggambarkan, mengidentifikasi berbagai karakteristik manusia (bangsa) dari hal yang sifatnya umum sampai hal-hal yang sifatnya khusus.

Penelitian etnografi termasuk bahasa, ritual, struktur ekonomi dan politik, tahap kehidupan, interaksi dan gaya komunikasi. Untuk memahami pola etnografis suatu kelompok, etnografer biasanya menghabiskan waktu yang cukup lama untuk melakukan wawancara, mengamati, dan mengumpulkan dokumen tentang kelompok tersebut untuk memahami budaya mereka termasuk berbagai perilaku, keyakinan dan bahasa yang digunakan oleh kelompok tersebut. Metode etnografi merupakan sarana pencabangan poin-poin pandangan lokal, data pengetahuan keluarga dan masyarakat, pengalaman masyarakat yang tertutup dan pribadi. Etnografi meningkatkan dan memperluas pandangan atas bawah dan memperkaya proses penelitian, menyalurkan pandangan baik dari arus bawah maupun dari arus puncak. Maka temuan seperti itu peneliti bisa menginformasikannya kepada masyarakat luas.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Menurut Dr. Ibrahim, terdapat tiga situasi dalam penggunaan teknik *purposive sampling*, yaitu:

- a. Penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memilih responden yang akan memberi informasi penting.
- b. Penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memilih responden yang sulit dicapai, karenanya peneliti cenderung subjektif atau memilih berdasarkan kriteria sesuai keinginan peneliti.
- c. Penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* ketika penelitian ingin mengidentifikasi jenis responden tertentu untuk diadakannya wawancara mendalam.⁴²

Berdasarkan hal di atas peneliti mengambil subjek penelitian berdasarkan kriteria yang diambil oleh peneliti, yaitu adalah para konsumen di Rumah makan di kota Palangka Raya yang yang telah di tentukan meliputi:

- a. Konsumen rumah makan sebagai subjek 9 orang, meliputi kriteria sebagai berikut :
 - 1) Sudah berusia 21 tahun keatas
 - 2) Beragama Islam

⁴²Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015, h. 72.

- 3) Minimal membeli makanan di warung makan dalam 2 minggu 7 kali.
- 4) Bersedia diwawancarai.

Tabel 3.1

Subjek penelitian

| No | Inisial | Umur | Jenis kelamin | Keterangan |
|----|---------|------|---------------|---------------------------------------|
| 1 | AS | 47 | Perempuan | Pelanggan rumah makan Ummi Elsa |
| 2 | HS | 46 | Perempuan | Pelanggan rumah makan Ummi Elsa |
| 3 | AW | 26 | Laki-Laki | Pelanggan rumah makan Ummi Elsa |
| 4 | ND | 28 | Laki-Laki | Pelanggan rumah makan Idang Kandangan |
| 5 | AH | 46 | Laki-Laki | Pelanggan rumah makan Idang Kandangan |
| 6 | MW | 29 | Perempuan | Pelanggan rumah makan Idang Kandangan |
| 7 | IK | 30 | Perempuan | Pelanggan Depot Daffa |
| 8 | RA | 31 | Perempuan | Pelanggan Depot Daffa |
| 9 | AZ | 23 | Perempuan | Pelanggan Depot Daffa |

- b. Pemilik rumah makan sebagai informan tambahan yang ada di kota Palangka Raya, meliputi 3 rumah makan (tiap rumah makan mewakili suku yang ada di Palangka Raya, 1 dayak, 1 banjar, dan 1 jawa) .

Dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Merupakan Pemilik rumah makan di Palangka Raya.
- 2) Pemilik rumah makan beragama Islam.
- 3) Usaha rumah makan sudah berdiri lebih dari 10 tahun.
- 4) Pemilik rumah makan bersedia menjadi tempat penelitian.

Tabel 3.2**Informan Tambahan**

| No | Inisial | Umur | Jenis kelamin | Keterangan |
|----|---------|------|---------------|-------------------------------------|
| 1 | SP | 40 | Perempuan | Pemilik rumah makan Ummi Elsa |
| 2 | MD | 43 | Perempuan | Pemilik rumah makan Idang Kandangan |
| 3 | DH | 42 | Laki-Laki | Pemilik Depot Daffa |

2. Objek Penelitian

Objek penelitian yang sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini adalah Persepsi konsumen terhadap standarisasi halal masyarakat muslim di palangka raya

D. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik atau metode pengumpulan data untuk mendukung pencarian data yang valid dan sesuai dengan realita yang ada. Adapun teknik yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari proses pengamatan dan ingatan.⁴³ Dalam penelitian ini observasi data diperoleh dengan cara mengamati Rumah makan yang berada di kota Palangka Raya, Palangka Raya, serta beberapa

⁴³Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan)*, Bandung: Rafika Aditama, 2012, h. 211.

konsumen tentang apa Persepsi konsumen terhadap standarisasi halal masyarakat muslim di palangka raya.

2. Wawancara

Wawancara yaitu proses mencari data, fakta, dan informasi bahkan keterangan dengan cara tanya jawab (interview). Wawancara ini dilakukan secara tatap muka dengan berbagai kalangan yang dapat memberikan data, fakta, dan informasi sesuai dengan kebutuhan.⁴⁴ Pengumpulan data dengan melakukan wawancara kepada subjek terkait penelitian “ Persepsi konsumen terhadap standarisasi halal masyarakat muslim di palangka raya”. Teknik pengumpulan data ini digunakan untuk memperoleh informasi-informasi terkait Persepsi konsumen terhadap standarisasi halal masyarakat muslim di palangka raya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu data, fakta dan informasi dikumpulkan berupa surat keputusan, catatan, transkrip, buku-buku, surat kabar, majalah, foto dan sebagainya yang berkenaan dengan penelitian.⁴⁵ Metode ini digunakan untuk melengkapi data-data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara, sehingga didapatkan hasil yang kredibel dalam penelitian ini nantinya. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah berkas yang berhubungan dengan rumah makan khas banjar di Kota Palangka Raya, foto-foto, rekaman dan lain-lain.

h. 115. ⁴⁴Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007,

⁴⁵*Ibid*, h. 123.

E. Pengabsahan Data

Keabsahan data yang peneliti gunakan adalah teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Menurut Denzin yang dikutip Moleong ada empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori.⁴⁶

Triangulasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif.⁴⁷ Hal itu dapat dicapai dengan jalan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi, membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu, membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan, membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

⁴⁶Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT RosdaKarya, 2002, h.178.

⁴⁷Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015, h.72.

Keabsahan pada penelitian ini melalui pendekatan kepada pemilik rumah makan dan konsumen rumah makan secara teliti dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, serta pendekatan kepada konsumen Muslim pada warung makan untuk menganalisa persepsi halal menurut masyarakat budaya Muslim di Palangka Raya menurut prinsip-prinsip Ekonomi Islam, secara teliti dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, sehingga didapatkan data atau informasi yang akurat. Pendekatan dalam keabsahan penelitian ini diperoleh dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi langsung terhadap konsumen rumah makan.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data diperlukan beberapa tahapan, seperti

1. *Data collection* atau koleksi data adalah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilahan.
2. *Data reduction* yaitu pengolahan data yang mencakup kegiatan mengikhtiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-milahnya ke dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu.
3. *Data display* atau penyajian data adalah data yang dari kancan penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutupi kekurangan.

4. *Conculusion drawing* atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data *display* sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyinggung.⁴⁸



⁴⁸Burhan Bungin, *Analisis data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003, h.69-70.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian

1. Kota Palangka Raya

a. Sejarah Singkat Pembentukan Kota Palangka Raya

Sejarah pemebentukan pemerintahan Kota Palangka Raya adalah bagian integral dari pembentukan provinsi Palangka Raya berdasarkan Undang-Undang Darurat Nomor 10 Tahun 1957, lembaran Negara Nomor 53 berikut penjelasannya (Tambahan Lembaga Negara Nomor 1284) berlaku mulai tanggal 23 Mei 1957, yang selanjutnya disebut Undang-Undang pembentukan Daerah Swatantra Provinsi Palangka Raya.⁴⁹

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1958, parlemen Republik Indonesia tanggal 11 Mei 1959 mengesahkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 1959, yang menetapkan pembagian Provinsi Kalimantan Tengah dalam 5 Kabupaten dan Palangka Raya sebagai Ibukotanya.⁵⁰

Kota Palangka Raya secara Geografis terletak pada 113°30"-114°07" Bujur Timur dan 1°35"-2°24" Lintang Selatan, dengan luas wilayah 2.678,51 Km² (2678.851 Ha) dengan topografi terdiri dari tanah datar dan berbukit dengan kemiringan kurang dari 40%.

Secara administrasi Kota Palangka Raya berbatasan dengan;

⁴⁹ Pemerintah Kota Palangka Raya, *Selayang Pandang Kota Palangka Raya Tahun 2006*, Palangka Raya: t.p, 2006, h.9.

⁵⁰ *ibid*

Sebelah Utara : dengan Kabupaten Gunung Mas

Sebelah Timur : dengan Kabupaten Pulang Pisau

Sebelah Selatan : dengan Kabupaten Pulang Pisau

Sebelah Barat : dengan Kabupaten Katingan⁵¹

Kota Palangka Raya mempunyai luas wilayah 2.678,51 Km²(267.851 Ha) dibagi dalam 5 kecamatan yaitu Kecamatan Pahandut, Sebangau, Jekan Raya, Bukit Batu, dan Rakumpit dengan luas masing-masing 117,25 Km², 583,50 Km², 352,62 Km², 572,00 Km² dan 1.053,14 Km². Luas wilayah sebesar 2.678 Km² dapat dirinci sebagai berikut:⁵²

- 1) Kawasan Hutan : 2.485,75 Km²
- 2) Tanah Pertanian : 12,65 Km²
- 3) Perkampungan : 45,54 Km²
- 4) Areal Perkebunan : 22,30 Km²
- 5) Sungai dan Danau : 42,86 Km²
- 6) Lain-Lain : 69,41 Km²

Curah hujan tahunan di Wilayah Kota Palangka Raya selama 10 tahun terakhir (1997-2006) berkisar dari 1.840-3.117 mm dengan rata-rata sebesar 2.490 mm. kelembaban udara berkisar antara 75-89% dengan kelembaban rata-rata tahunan sebesar 83,08%. Temperatur rata-rata adalah 26,880 C dan maksimum

⁵¹ *Ibid*, h.26.

⁵² Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Palangka Raya dan Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya, *Kota Palangka Raya Dalam Angka (Palangka Raya City In Figures 2017)*, Palangka Raya: Grahamedia Design, 2007, h. 1.

32,520 C. sedangkan tanah-tanah yang terdapat di wilayah Kota Palangka Raya dibedakan atas tanah mineral dan tanah gambut (Histosols). Berdasarkan taksonomi tanah (soil survey staff, 1998) tanah-tanah tersebut dibedakan menjadi 5 (lima) ordo yaitu histosol, entisol, spodosol, dan ultisol.⁵³50

Sistem transportasi sungai adalah moda transportasi yang bersifat tradisional dan sudah dimanfaatkan oleh penduduk sejak dahulu, hal ini didukung oleh kondisi geografis Wilayah Palangka Raya yang banyak dilalui sungai-sungai. Desa-desa yang menjadi bagian wilayah Kota Palangka Raya sebagian berada di tepi sungai sehingga bila transportasi darat mengalami gangguan akibat kondisi jalan yang kurang baik di saat musim hujan, maka transportasi sungai menjadi pilihan oleh sebagian penduduk. Jika kita berbicara mengenai perkembangan suatu kota, tentunya tidak terlepas kehidupan sosial dan budaya masyarakatnya. Di Kota Palangka Raya, terdapat adat dan budaya khas seperti upacara Keagamaan, Konteks Budaya, nyanyian adat, tarian, dan lainnya.

Perubahan peningkatan dan pembentukan yang dilaksanakan untuk kelengkapan Kotapraja Administratif Palangka Raya dengan membentuk 3 (kecamatan), yaitu:⁵⁴

1) Kecamatan Palangka di Pahandut.

⁵³ Muhammad Aldio, Sejarah Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah (1950-1972), <http://coretcoretdoang.blogspot.co.id/2015/10/sejarah-kota-palangka-raya> kalimantan..html, diunduh pada tanggal 06-08-2020 pukul 21:00 WIB.

⁵⁴ Pemerintah Kota Palangka Raya, *Selayang Pandang...* h. 11.

- 2) Kecamatan Bukit Batu di Tangkiling.
- 3) Kecamatan Petuk Katimpun di Marang Ngandurung Langit.

Kemudian pada awal tahun 1964, Kecamatan Palangka di Pahandut dipecah menjadi 2 (dua) Kecamatan yaitu:

- 1) Kecamatan Pahandut di Pahandut.
- 2) Kecamatan Palangka di Palangka Raya.

Sehingga Kota Praja Administratif Palangka Raya telah mempunyai 4 (empat) Kecamatan dan 17 (tujuh belas) kampung, yang berarti ketentuan-ketentuan dan persyaratan-persyaratan untuk menjadikannya Kotapraja yang otonom sudah dapat dipenuhi serta dengandisyahkannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1965, Lembaran Negara Nomor 48 tahun 1965 tanggal 12 Juni 1965 yang menetapkan Kotapraja Administratif Palangka Raya, maka terbentuklah Kotapraja Palangka Raya yang Otonom.⁵⁵

Peresmian kotapraja Palangka Raya menjadi kotapraja yang otonom dihadiri oleh Ketua Komisi B DPR-GR, Bapak L.S Handoko Widjoyo, para anggota DPR-GR, pejabat-pejabat Departemen Dalam Negeri, Deputi Antar Daerah Kalimantan Brigadir, Jendral TNI M.Panggabean, Deyahdak II Kalimantan, utusan-utusan Pemerintah Daerah Kalimantan Selatan dan beberapa pejabat tinggi Kalimantan lainnya. Upacara peresmian berlangsung di Lapangan Bukit Ngalangkang halaman Balai Kota dan sebagai

⁵⁵ Pemerintah Kota Palangka Raya, *Selayang Pandang...* h. 12.

catatan sejarah yang tidak dapat dilupakan sebelum upacara peresmian dilaksanakan pada pukul 08.00 pagi, diadakan demonstrasi penerjunan payung dengan membawa lambang Kotapraja Palangka Raya.⁵⁶⁵⁴

b. Visi dan Misi Kota Palangka Raya

Visi dan Misi Kota Palangka Raya adalah sebagai berikut:⁵⁷

Visi Kota Palangka Raya selama periode 2013-2018, visi pembangunan Kota Palangka Raya adalah: “terwujudnya Kota Palangka Raya sebagai Kota Pendidikan, Jasa dan Pariwisata yang berwawasan Lingkungan berdasarkan Falsafah Budaya Betang”.

Sedangkan misi Kota Palangka Raya adalah:

- 1) Mewujudkan Kota Palangka Raya sebagai Kota Pendidikan dan pusat pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas.
- 2) Mewujudkan Kota Palangka Raya sebagai Kota Jasa dan destinasi wisata menuju kemandirian ekonomi masyarakat.
- 3) Mewujudkan pemerataan sarana dan prasarana publik yang berkualitas berdasarkan tata kelola sumber daya alam yang berkelanjutan.
- 4) Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih (*good and clean governance*).

⁵⁶ Muhammad Aldio, Sejarah Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah (1950-1972, <http://coretcoretdoang.blogspot.co.id/2015/10/sejarah-kota-palangka-raya> kalimantan.html, diunduh pada tanggal 06-08-2020 pukul 19:00 WIB.

⁵⁷ Pemerintahan Kota Palangka Raya, *Selayang Pandang...*, h. 22.

- 5) Mewujudkan masyarakat yang berbudaya, harmonis, dinamis, dandamai berdasarkan filosofi huma betang.⁵⁸

2. Profil rumah makan

a) Rumah makan Ummi Elsa

Supriyanti seorang pemilik rumah makan yang berasal dari pulau Jawa tepatnya dari sragen yang terletak di jalan Cilik Riwut km 3.5, beliau memulai rumah makan sejak tahun 2002 sampai dengan sekarang beliau awal mulanya membuka rumah makan sebelumnya berlokasi di jalan Cilik Riwut km 4 dan pada tahun 2018 pindah ke km 3.5 karna terdapat pelebaran jalan, beliau menggunakan nama “ummi elsa” karna para pelanggan dan penduduk sekitar lebih akrab menyapa beliau dengan nama tersebut.

Beliau mendirikan warung makan tersebut karena faktor ekonomi. berbekal dengan kemampuan memasak yang sudah dimiliki beliau memberanikan diri membuka rumah makan tersebut. Pelanggan yang datang pun lumayan banyak sehari dapat di kira-kira antara 50 hingga 70 yang datang setiap harinya.

Beliau memasang juga gambar ulama di warung beliau dengan tujuan supaya mendapat akwah beliau dari ajaran-ajaran ulama tersebut dengan mengharapkan berkah.

b) Rumah makan Idang Kandangan

⁵⁸ Pemerintahan Kota Palangka Raya, *Selayang Pandang...*,h. 23.

Mahdalena seorang pemilik rumah makan yang berasal dari Kandangan yang terletak di jalan Bawian. beliau memulai rumah makan sejak tahun 2006 sampai dengan sekarang. beliau awal mulanya membuka rumah makan dengan mendirikan tenda berlokasi di jalan Dr.Murjani kemudian pada tahun 2014 pindah menyewa ruko di jalan Bawian. beliau menggunakan nama “Idang Kandangan” dengan artian anak kesayangan atau warung kesayangan.

Beliau mendirikan warung makan tersebut karena faktor ekonomi. berbekal dengan keahlian beliau dalam memasak yang sudah dimiliki beliau memberanikan diri membuka rumah makan tersebut. Pelanggan yang datang pun lumayan banyak sehari dapat di kira-kira antara 500 an yang datang setiap harinya.

Beliau memasang juga gambar ulama di warung beliau dengan meyakini ketika terdapat gambar ulama tersebut terdapat berkah di dalamnya, bahkan setiap tahun beliau selalu ikut haulan ulama tersebut dan menggratiskan seluruh dagangan beliau di hari tersebut.

c). Warung makan Depot Daffa

Dahrian seorang pemilik rumah makan yang berasal dari Palangkarayan yang terletak di jalan G.Obos XII beliau memulai rumah makan sejak tahun 2000 sampai dengan sekarang. beliau awal mulanya membuka rumah makan dengan menyewa ruko kecil hingga mampu menyewa ruko yang lumayan besar. beliau menggunakan nama “Depot Daffa” karena beliau menggunakan nama anak beliau.

Beliau mendirikan warung makan tersebut karena faktor ekonomi dan juga ingin membantu keluarga. berbekal dengan keahlian memasak yang sudah dimiliki beliau memberanikan diri membuka rumah makan tersebut. Pelanggan yang datang pun lumayan banyak sehari dapat di kira-kira antara 300 an yang datang setiap harinya.

Beliau memasang juga gambar ulama di warung beliau dengan tujuan supaya menegaskan bahwa pemilik warung makan adalah orang islam sehingga pembeli yakin tanpa ada keraguan.

B. Deskripsi Hasil penelitian

Penyajian hasil penelitian ini, terlebih dahulu peneliti memaparkan tahapan pelaksanaan penelitian yang diawali dengan penyampaian surat pengantar penelitian dari IAIN Palangka Raya ke Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Penelitian dan Pengembangan (Bappedalitbang) kota Palangka Raya peneliti kemudian setelah mendapat surat tembusan di sampaikan peneliti langsung dipersilahkan untuk terjun ke lapangan untuk melakukan penggalan data. Setelah mendapatkan izin untuk mengadakan penelitian, peneliti menemui pemilik Warung makan yang dijadikan tempat penelitian ini untuk menanyakan perihal Persepsi konsumen terhadap standarisasi halal masyarakat muslim di palangka raya ke konsumen rumah makan itu sendiri pada rumah makan Ummi Elsa, Idang Kandangan dan Depot Daffa di kota Palangka Raya.

Mencari data di lapangan terutama yang berkenaan dengan persepsi halal, peneliti melakukan wawancara dengan 9 konsumen dari 3 rumah makan yang pertama rumah makan ummi elsa, kedua rumah makan idang kandang, ketiga depot daffa Masing-masing rumah makan 3 pelanggan. Untuk lebih jelasnya berikut ini akan peneliti sajikan hasil wawancara yang telah dilakukan, yakni sebagai berikut:

1. Subjek 1

Nama : AS
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 47 Tahun
Profesi : pelanggan rumah makan ummi elsa

Wawancara berdasarkan rumusan masalah pertama:

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Ibu AS sebagai konsumen di rumah makan mengenai pendapat tentang makanan halal? beliau menjawab. “menurut acil lah makanan halal tu sesuai menurut ajaran, syariat Islam yang jelas sesuai dengan tuntunan agama Islam”⁵⁹

Pertanyaan kembali diajukan kepada Ibu AS terkait kenapa mengkonsumsi makanan halal? adapun pernyataan Ibu AS. “ya ajaran Islam mengajarkan dan mensyariatkan”

Peneliti kembali mengajukan pertanyaan terkait bagaimana kriteria makanan halal yang sesuai Islam? Ibu AS menjawab “Sesuai dengan syariat

⁵⁹ Hasil wawancara dengan ibu AS pada tanggal 23 juli 2020

islam baik dari cara memperoleh, menyemeleh atau cara memasaknya harus steril”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Ibu AS terkait apakah cara mengolah suatu makanan berpengaruh terhadap kehalalan makanan tersebut. Ibu AS menjawab “ya kan memang ada dalam syariat Islam”⁶⁰

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Ibu AS terkait apakah beliau modal awal untuk memulai usaha rumah makan tersebut? Ibu AS menjawab

“ mungkin lah sekilas pelihat saya, sepertinya modal awal sidin nih dalam memulai usaha itu hasil dari kumpulan keluarga bisa jua di tambah tabungan sidin dan sidin ni bejualan gin di bantu keluarga sidin ja”⁶¹

Wawancara berdasarkan rumusan masalah kedua:

Pertanyaan kembali diajukan kepada Ibu AS terkait apakah Ibu AS selalu mengkonsumsi produk makanan yang yang berlabel halal, adapun pernyataan Ibu AS “Insyaallah iya karena kita orang Islam”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Ibu AS terkait Apakah Ibu AS selalu memeriksa komposisi bahan makanan serta asal bahan makanan sebelum membeli? Ibu AS menjawab, “ya harus diliat makanan tu halal apa kada, apa mengandung yang kada halal lah ya jangan kita makan”

Peneliti kembali mengajukan pertanyaan terkait bagaimana menurut Ibu AS jika terdapat produk dari negara penduduk mayoritas muslim tetapi tidak memiliki logo halal, apakah bapak Ibu tetap akan membeli? Ibu AS

⁶⁰ Hasil wawancara dengan ibu AS pada tanggal 23 juli 2020

⁶¹ Hasil wawancara dengan ibu AS pada tanggal 11 agustus 2020

menjawab “mun kaitu ya jangan ditukar apalagi dimakan mun sudah kadada lebel halalnya”

Pertanyaan kembali diajukan kepada Ibu AS terkait apakah Ibu AS disetiap produk makanan yang dikonsumsi harus terdapat sertifikat halal? adapun pernyataan Ibu AS “ya seharusnya itu harus, wajib malah”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Ibu AS terkait bagaimana menurut Ibu AS tentang restaurant dan tempat makan sekitar yang belum memiliki sertifikat halal, apakah tetap membeli atau tidak? Ibu AS menjawab “biasa aja karna penduduk sekitar yang bejualan rata-rata muslim pang wadah kami ni”

Pertanyaan kembali diajukan kepada Ibu AS terkait apakah menurut Ibu AS Palangka Raya memerlukan banyak produk dan rumah makan yang bersertifikat halal? adapun pernyataan Ibu AS “harus ada karna di Palangka Raya tidak semuanya penduduknya muslim”

Pertanyaan kembali diajukan kepada Ibu AS terkait apakah Ibu AS dengan melihat gambar Ulama Islam tulisan kaligrafi atau doa-doa di sebuah restaurant atau rumah makan Ibu AS yakin akan kehalalannya? adapun pernyataan Ibu AS “yakin, karna dengan adanya gambar tadi menandakan identitas kemuslimannya”

2. Subjek 2

Nama : HS

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 46

Profesi : pelanggan rumah makan ummi elsa

Wawancara berdasarkan rumusan masalah pertama:

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Ibu HS sebagai konsumen di rumah makan mengenai pendapat tentang makanan halal? beliau menjawab. “Makanan yang sesuai dengan ajaran islam ae lagi lah, sesuai syariat pula ibarat bagaimana cara pemotongannya, bagaimana cara pemerolehannya,”⁶²

Pertanyaan kembali diajukan kepada Ibu HS terkait kenapa mengkonsumsi makanan halal, adapun pernyataan Ibu HS.

“Ya sesuai ajaran Islam bagaimana cara memperoleh bagaimana penyembelihannya, kek misalnya ayam nah, ayam kalo orang islam kan pake doa-doanya adakan naah, kalo orang non muslim kan tidak seperti itu”

Peneliti kembali mengajukan pertanyaan terkait bagaimana kriteria makanan halal yang sesuai Islam, Ibu HS menjawab

“makanan yang sering dimakan mungkin sudah tau sebelumnya bahwa makanan itu halal, tapi amunnya kd biasa pas kita membelinya yang belum tau yang baru-baru biasanya ya diliat itu produk halal atau engga nya karna ita itu sering terkecoh ya seperti itu”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Ibu HS terkait apakah cara mengolah suatu makanan berpengaruh terhadap kehalalan makanan tersebut.

Ibu HS menjawab “Insyaallah saya periksa, kalo yang sering dimakan”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Ibu HS terkait apakah beliau modal awal untuk memulai usaha rumah makan tersebut? Ibu HS menjawab. “nah kada tau jua lah tapi melihati warungnya ini kecil sih dan

⁶² Hasil wawancara dengan ibu HS pada tanggal 23 Juli 2020

slalu rame pelanggannya apalagi apalagi jam siang jam istiahat jam kerja, kemungkinan modal sendiri yang dikumpulkan kalo lah”⁶³

Wawancara berdasarkan rumusan kedua:

Pertanyaan kembali diajukan kepada Ibu HS terkait apakah Ibu HS selalu mengkonsumsi produk makanan yang yang berlabel halal? adapun pernyataan Ibu HS “Harus, “

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Ibu HS terkait Apakah Ibu HS selalu memeriksa komposisi bahan makanan serta asal bahan makanan sebelum membeli. Ibu HS menjawab

“Kira-kira meragukan mungkin tidak dibeli, karna kita kebiasaan tu kan makan-makan tu kan karna kita sering beli sering konsumsi, kalo misal tidak sesuai atau tidak pernah kemudian agak meragukan dari segi kemasannya mungkin saya tidak beli”

Peneliti kembali mengajukan pertanyaan terkait bagaimana menurut Ibu HS jika terdapat produk dari negara penduduk mayoritas muslim tetapi tidak memiliki logo halal, apakah bapak Ibu tetap akan membeli? Ibu HS menjawab. “Kalo saya tau dia penjualnya yang beragama muslim beragama Islam saya beli tapi kalau saya tau dia bukan muslim, saya cenderung aga tidak membeli”⁶⁴

Pertanyaan kembali diajukan kepada Ibu HS terkait apakah Ibu HS disetiap produk makanan yang dikonsumsi harus terdapat sertifikat halal, adapun pernyataan Ibu HS

⁶³ Hasil wawancara dengan ibu HS pada tanggal 11 Agustus 2020

⁶⁴ Hasil wawancara dengan ibu HS pada tanggal 23 Juli 2020

“Bagus kalo memang diadakan, kalo berkaitan dengan agama yah ada halal dan haram sementara kita tau kaya disekitar palangka sini ada yang mengandung tidak halalnya, tapi mungkin tidak langsung dibilang tidak halal dan masuk rm ternyata ada itu, makanan tdak halal,atau mungkin pernah dimasakkan makanan itu, seberapa kenal dengan masakan yang itu tadi jua”

Pertanyaan kembali diajukan kepada Ibu HS terkait apakah Ibu HS dengan melihat gambar Ulama Islam tulisan kaligrafi atau doa-doa disebuah restaurant atau rumah makan Ibu HS yakin akan kehalalannya. adapun pernyataan Ibu HS

“Yakin, insyaallah yakin, karna tidak semua orang bisa pasang gambar itu juga dong dan tidak semua agama punya gitu juga kan walaupun ada tidak sama juga kan walaupun gambar atau tulisan-tulisan arab seperti itu”

3. Subjek 3

Nama : AW
Jenis Kelamin : Laki-laki
Umur : 26
Profesi : pelanggan rumah makan ummi elsa

Wawancara berdasarkan rumusan pertama

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Bapak AW sebagai konsumen di rumah makan mengenai pendapat tentang makanan halal?, beliau menjawab. “Halal itu sesuai dengan apa yang kita syariatkan sih, dianjurkan sesuai dengan ketentuan islam”⁶⁵

Pertanyaan kembali diajukan kepada Bapak AW terkait kenapa mengkonsumsi makanan halal, adapun pernyataan Bapak AW. “ pasti ”

⁶⁵ Hasil wawancara dengan Bapak AW pada tanggal 27 Juli 2020

Peneliti kembali mengajukan pertanyaan terkait bagaimana kriteria makanan halal yang sesuai Islam, Bapak AW menjawab “ya tergantung dari zatnya, proses dan cara memperolehnya ya 3 itu tadi”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Bapak AW terkait apakah cara mengolah suatu makanan berpengaruh terhadap kehalalan makanan tersebut. Bapak AW menjawab “berpengaruh sangat”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Bapak AW terkait apakah beliau modal awal untuk memulai usaha rumah makan tersebut?

Bapak AW menjawab

“kada tahu jua pang nih, mungkin lah modal awalnya nih dari duit sorangan pang oleh kalo diliat-liat, kan sidin tu usaha sorangan merintis sorang kalo diliat-liat tu jarnya tu kaitu”⁶⁶

Wawancara berdasarkan rumusan kedua :

Pertanyaan kembali diajukan kepada Bapak AW terkait apakah Bapak AW selalu mengkonsumsi produk makanan yang berlabel halal, adapun pernyataan Bapak AW “Ya jelas pasti, karna kita orang Islam”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Bapak AW terkait Apakah Bapak AW selalu memeriksa komposisi bahan makanan serta asal bahan makanan sebelum membeli. Bapak AW menjawab “kadang-kadang sih, karna sudah ada label halalnya itu insyaallah itu pasti sudah lulus pemeriksaan, jadi sekali aja liat kedepannya langsung beli aja”⁶⁷

⁶⁶ Hasil wawancara dengan Bapak AW pada tanggal 11 Agustus 2020

⁶⁷ Hasil wawancara dengan Bapak AW pada tanggal 27 Juli 2020

Peneliti kembali mengajukan pertanyaan terkait bagaimana menurut Bapak AW jika terdapat produk dari negara penduduk mayoritas muslim tetapi tidak memiliki logo halal, apakah bapak Ibu tetap akan membeli, Bapak AW menjawab “ga masalah sih ya karna penduduknya muslim, tukarnya tu insya allah sih ya mungkin org tu tadi Islam”

Pertanyaan kembali diajukan kepada Bapak AW terkait apakah Bapak AW disetiap produk makanan yang dikonsumsi harus terdapat sertifikat halal, adapun pernyataan Bapak AW “ ya jelas”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Bapak AW terkait bagaimana menurut Bapak AW tentang restaurant dan tempat makan sekitar yang belum memiliki sertifikat halal, apakah tetap membeli atau tidak. Bapak AW menjawab “ ga juga kadang2 saya nukar kadang2 saya kada,ya sepengetahuan saya sih kebanyakan begana seitu kebanyakan org muslim”

Pertanyaan kembali diajukan kepada Bapak AW terkait apakah menurut Bapak AW Palangka Raya memerlukan banyak produk dan rumah makan yang bersertifikat halal, adapun pernyataan Bapak AW “perlu, karna di Palangka ni banyak yang bejulan belum tentu semuanya muslim”

Pertanyaan kembali diajukan kepada Bapak AW terkait apakah Bapak AW dengan melihat gambar Ulama Islam tulisan kaligrafi atau doa-doa disebuah restaurant atau rumah makan Bapak AW yakin akan kehalalannya. adapun pernyataan Bapak AW “yakin karna org itu muslim, meskipun aslinya kd tahu ka tapi mun ada gambar-gambar kaitu yakin aja muslim”⁶⁸

⁶⁸ Hasil wawancara dengan Bapak AW pada tanggal 27 Juli 2020

4. Subjek 4

Nama : ND
Jenis kelamin : Laki-laki
Umur : 26
Profesi : pelanggan warung makan idang kandang

Wawancara berdasarkan rumusan pertama:

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Bapak ND sebagai konsumen di rumah makan mengenai pendapat tentang makanan halal, beliau menjawab.

“setahu lah halal itu tu yang sesuai syariat islam lah, istilahnya halal itu sudah adalah kategorinya halal itu apa yah sudah dijelaskan lah halal itu apa, yang pastikan sudah dijelaskan itu pang nang pasti,”⁶⁹

Pertanyaan kembali diajukan kepada Bapak ND terkait kenapa mengkonsumsi makanan halal serta kriteria makanan halal, adapun pernyataan Bapak ND.

“pasti halal lah, kriteria makanan halal lah, kriterianya tu dari zatnya, cara org memasaknya kaya apa, trsu makanan segala kek sapi kek ayam cara penyembelihannya segala, itu ja pang yang kriterianya yang termasuk zat halalnya,”⁷⁰

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Bapak ND terkait apakah cara mengolah suatu makanan berpengaruh terhadap kehalalan makanan tersebut. Bapak ND menjawab

“ pasti, istilahnya kan kita tau, tapi kan kita kan kada bisa jua masak meolahnya sorangan jua segala tu denga maksud halal

⁶⁹ Hasil wawancara dengan Bapak ND pada tanggal 25 Juli 2020

⁷⁰ Hasil wawancara dengan Bapak ND pada tanggal 25 Juli 2020

kadanya tu, tapi kan kita kan bisa melihat secara kita langsung kaitu janah kalo”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Bapak ND terkait Apakah Bapak ND selalu memeriksa komposisi bahan makanan serta asal bahan makanan sebelum membeli. Bapak ND menjawab

“kalo sudah ada label halalnya komposisi biar kada usah kita liat gin istilahnya gin sudah apalah, sudah yakin kaitu nah, istiahnya orang menurut mui lah, kan mui kd mungkin mengeluarkan itu amun kda mencek dulu”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Bapak ND terkait apakah beliau modal awal untuk memulai usaha rumah makan tersebut? Bapak ND menjawab

“ kalo modal awal, modal awal usaha kan macam-macam bisa dari minjam keluarga kawan, bisa jua behutang dari koperasi segala, dari pendanaan macam-macam ja pang tapi bila dilihat-lihat setiap acara haulan guru sakumpul, habib gitu guru-guru besar, sidin kelihatannya menyediakan makanan gitu nah gaasan bebuan yang istilahnya istilahnya dari jauh lah, dari jauh istilahnya wadah persinggahan dari jauh wadah sidin, jadi bisa diliat dari situ keliatannya modalnya dari sidin sorangan yang mencari dari halus sedikit demi sedikit, sedikit demi sedikit akhirnya ganal jua ae warungnya”⁷¹

Wawancara berdasarkan rumusan kedua:

Pertanyaan kembali diajukan kepada Bapak ND terkait apakah Bapak ND selalu mengkonsumsi produk makanan yang yang berlabel halal, adapun pernyataan Bapak ND

“harus halal, tapi kan kita ni hidup ni banyak an bemasyarakat banyak ni kan, jadi serba salah, takutnya tu kita bertolak belakang dengan orang, kek kita hidup di palangka ja kan banyak org banyak pengusaha, tapi balik lagi ke kita sorangan ja kaya apa”

⁷¹ Hasil wawancara dengan Bapak ND pada tanggal 11 Agustus 2020

Peneliti kembali mengajukan pertanyaan terkait bagaimana menurut Bapak ND jika terdapat rumah makan di sekitar kita tetapi tidak memiliki logo halal, apakah bapak Ibu tetap akan membeli, Bapak ND menjawab

“kalo yang disekitar kan kita pasti tahu kita sudah melihat daerah rumah kita jua kan lingkup kecil kan masyarakat itu tau kalo warungnya ni itu apa dan apa, tanpa mengeyampingkan sesuatu tapi secara tidak langsung tau yang penting kita tau,”⁷²

Pertanyaan kembali diajukan kepada Bapak ND terkait apakah Bapak ND disetiap produk makanan yang dikonsumsi harus terdapat sertifikat halal, adapun pernyataan Bapak ND

“ngalih lah, tau ja lho istilahnya kita ni org2 yang beda dengan kita, agak susah lah, tapi hampir rata-rata sepeliatku di sekitar palangka banyak orang rata-rata banyak orang muslim yang jualan jarang ada yang tetangga-tetangga sebelah”

Pertanyaan kembali diajukan kepada Bapak ND terkait apakah Bapak ND dengan melihat gambar Ulama Islam tulisan kaligrafi atau doa-doa di sebuah restaurant atau rumah makan Bapak ND yakin akan kehalalannya. adapun pernyataan Bapak ND

“ kalo kita kan melihat ada ornamen-ornamen kaitu pada intinya kan melihat ada foto abah guru kan kita sudah bisa menebak kalo ini pasti halal pastinya, kalo ini pasti tau tuntunan dan cara2nya pati tau istilahnya kada usah takut kaitu nah, jadi urusan sesuatu dan lainhalnya urusan kaitu pastinya tu umpat tuntunan itu kaitu nah’

5. Subjek 5

Nama : AH

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Umur : 46

⁷² Hasil wawancara dengan Bapak ND pada tanggal 25 juli 2020

Profesi : pelanggan warung makan idang kandang

Wawancara berdasarkan rumusan pertama :

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Bapak AH sebagai konsumen di rumah makan mengenai pendapat tentang makanan halal, beliau menjawab. “ya makanan yang boleh di konsumsi orang islam”

Peneliti kembali mengajukan pertanyaan terkait bagaimana kriteria makanan halal yang sesuai Islam, dan apakah cara mengolah suatu makanan berpengaruh terhadap kehalalan makanan tersebut. Bapak AH menjawab.

“kalonya masak sendiri dirumah pastinya sudah halalnya, amunnya kada bemasak menukarlah kriterianya melihat nama warung itu, melihat pelayanannya atau orang yang melayani bejilbab kah kada, bekopiah haji kah kada, bila sudah itu terlihat, baru melihat menu masakannya baik yang tersaji itu nah yang di etalase-etalase apakah ada barang yang berciri-ciri haram, apakah ada daging khamar apa kada, iya pang yang menjual bejilbab tapi mencurigakan umpamanya terus meliati proses, kalonya itu layak dan halal apa kada”⁷³

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Bapak AH terkait apakah beliau modal awal untuk memulai usaha rumah makan tersebut? Bapak AH menjawab

“kayanya lah, asal-muasalnya tu modal sidin ini olehnya bisnis keluarga aja sih, entah itu modal sendiri atau modal keluarga atau meminjam kurang tau jua pang, olehnya kan sidin ni sudah lawas jua kan mewarung jadi yakin aja oleh rami jua kan berhubung sidin ni orang kita jua lah, tapi mun di takuni tahu kah kadanya, kurang tau jua lah, asala modal sidin ni sebenarnya kaya apa, tapi insya allah halal aja pang”⁷⁴

⁷³ Hasil wawancara dengan Bapak AH pada tanggal 25 juli 2020

⁷⁴ Hasil wawancara dengan Bapak AH pada tanggal 11 agustus 2020

Wawancara Berdasarkan rumusan kedua :

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Bapak AH terkait apakah Bapak AH selalu mengkonsumsi produk makanan yang yang berlabel halal, memeriksa komposisi bahan makanan dan asal bahan makanan sebelum membeli. Bapak AW menjawab

“kalonya secara di tempat kuliner kada mungkin ada makanan kemasan, kecuali swalayan tempatnya kemasan kalonya di warung-warung tu kadada, kecuali betakun ini isinya apa? Dan bisanya makanan-makanan bisa tu yakin, ada bila pelayannya berjilbab terus makanan tersaji sudah halalnya, biasa-biasanya nih kaya makanan kita bakaran ikan lah, segala lauk, itu aja, oleh melihat di kerjakannya kan ini yang di tempat, itu aja karna tidak mungkin orang mengerjakan yang tidak tersaji”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Bapak AH terkait bagaimana menurut Bapak AH tentang restaurant dan tempat makan sekitar yang belum memiliki sertifikat halal, apakah tetap membeli atau tidak? Serta dengan melihat gambar Ulama Islam, tulisan kaligrafi, atau doa-doa disebuah restaurant atau rumah makan Bapak AH yakin akan kehalalannya. adapun pernyataan Bapak AH

“ iya kalo dalam konteks tadi, kalo namanya sudah islam terus membedakan tadi, pelayannya ni pun bertanggungjawab islamnya kalo-kalo tanda-tanda itu belum cuman apakah ada foto atukah ada tulisan kaligrafi kalo tidak hanya itu, saya secara pribadi bisa aja ga dimakan”⁷⁵

6. Subjek 6

Nama : MW

Jenis Kelamin : Perempuan

⁷⁵ Hasil wawancara dengan Bapak AH pada tanggal 25 juli 2020

Umur : 29

Profesi : pelanggan rumah makan idang kandang

Wawancara berdasarkan rumusan pertama :

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan ibu Ibu MW sebagai konsumen di rumah makan mengenai pendapat tentang makanan halal, beliau menjawab. “makanan halal itu kalo kita orang islam memang wajib. Kita memang harus mengkonsumsi makanan halal dan sesuai dengan syariat islam, karna kita orang islam”

Peneliti kembali mengajukan pertanyaan terkait bagaimana kriteria makanan halal yang sesuai Islam, ibu Ibu MW menjawab

“kriteria makanan halal itu yang pasti dari, dari segi jenis makanannya tadi, trus lah cara memasaknya tadi, menyembelihnya kalo ayam, trus apa saja komposisi dari makanan itu, itu kan harus halal, harus sesuai dengan ada label halalnya makanan tu kan”⁷⁶

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Ibu MW terkait apakah beliau modal awal untuk memulai usaha rumah makan tersebut? Ibu MW menjawab

“ee setau saya, sepengetahuan saya beliau itu dulu itu sebelumnya pernah berjualan nasing kuning sebelumnya, nah tetapi untuk modalnya beliau saya juga kurang tau hanya sekedar makan-makan saja, mungkin bisa jua dia modal dari keluarganya nya yang memang aslinya dari pedagang, bisa juga jadi akhirnya dia jadi pedagang juga disini, atau dia berutang misalnya untuk modal dagangannya juga bisa seperti itu, itu aja sih sepengetahuan saya”⁷⁷

⁷⁶ Hasil wawancara dengan Ibu MW pada tanggal 28 juli 2020

⁷⁷ Hasil wawancara dengan Ibu MW pada tanggal 11 agustus 2020

Wawancara berdasarkan rumusan kedua :

Pertanyaan kembali diajukan kepada Ibu MW terkait apakah Ibu MW selalu mengkonsumsi produk makanan yang yang berlabel halal, adapun pernyataan Ibu MW

“selalu lah, makanan itu ada label halalnya jelas, harus halal harus ada label halalnya kita, apalagi kita orang muslim kita handak makan-makan tu diliati dulu halal bila handak bemakanan diliati dulu oooo rumah makan itu islam, orang islam ada gambar-gambat islam jadi kita tau, berarti kan yang dijualnya jelas halal sama sidinni jua memasaknya jua sudah sesuai dengan syariat islam”⁷⁸

Peneliti kembali mengajukan pertanyaan terkait bagaimana menurut Ibu MW jika terdapat produk dari negara penduduk mayoritas Muslim tetapi tidak memiliki logo halal, apakah bapak Ibu tetap akan membeli, Ibu MW menjawab

“kalo aku pribadi pang lah menghindari yang hal-hal kaya itu, karna kita kan eee apa namanya takut jua, oleh kita orang-orang islam tu kan makan-makanan yang tidak jelas kehalalannya kan takut untuk kita konsumsi, kalo misal kita beli makanan kemasan kek produk-produk yang sudah di bekukan, kaya nugget gitukan kaya kornet pokooknya makanan-makanan yang seperti itulah, bukan kalo rumah makan seperti ini kan kita sudah jelas halal. Kalo kita beli makan-makanan yang siap saji seperti itukan kita yang pling utama kita liat adalah label halalnya, kalo ada label halalnya yakin sudah aman konsumsi”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Ibu MW terkait bagaimana menurut Bapak AW tentang restaurant dan tempat makan sekitar yang belum memiliki sertifikat halal, apakah tetap membeli atau tidak. Ibu MW menjawab

“menurut saya kalo seperti itulah biasanya kadada sertifikat halalnya nih, kita liat jenis makanan yang di jualnya apa?, misalnya kek

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Ibu MW pada tanggal 28 juli 2020

makana biasa sehari-hari kek bakaran iwak kaitu kan sudah jelas halal, kalo misal makanan yang lain misal sosis, pentol goreng kan biasanya ayam, daging kita liat siapa yang jualnya, mun islam pasti yakin aja itu halal”

Pertanyaan kembali diajukan kepada Ibu MW terkait apakah Ibu MW dengan melihat gambar Ulama Islam tulisan kaligrafi atau doa-doa disebuah restaurant atau rumah makan Ibu MW yakin akan kehalalannya. adapun pernyataan Ibu MW

“mungkin kadang kalo dalam perjalanan meliat sikon kadang kalo pergi keluar kota kan biasanya yang di singgahi wadah langganan misal keluar daerah, kedaerah mana lah gitu, kita kada tau warungnya nih islam kah kada, ya bismillah aja ya itu ya bingung jua tapi yang jelas kita mencari makanan yang jelas aja kaya ikan itu kan jelas halal sayur-sayuran atau bisa jua diliat dari sisi kebersihannya bisa juga amun misalkan sebelah menyebelah ada anjing misalkan, berarti kan berartikan kita sudah khawatir, berarti yang jual bisa non muslim , ya seperti itu berarti kan kita mencari daerahnya ga ada seperti itu yang bersih sekitarnya juga ga melihara gitu, seperti itu. Lalu lah soal hiasan-hiasan tu, kalo menurut aku itu pasti halal dan jua jenis makanannya pasti halal kan yang dijual jua misal kaya makanan ikan bakaran iwak paling anu banar kaya nasi kuning, nasgor, sop itu kan pasti halal kecuali bakso, ya susah juga ya secara sekilas yakin aja halal aja”⁷⁹

7. Subjek 7

Nama : IK
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 30
Profesi : pelanggan depot daffa

Wawancara berdasarkan rumusan pertama :

⁷⁹ Hasil wawancara dengan Ibu MW pada tanggal 28 juli 2020

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan ibu IK sebagai konsumen di rumah makan mengenai pendapat tentang makanan halal, beliau menjawab.

“soal makanan halal kalo aku yah yang penting pertama. Halal itu sesuai dengan ajaran islam, habis itu kita tau gimana halal haramnya. Jadi ya ibarat makan macam-macam itu ya taunya yang halal itu sesuai sama ajaran islam itu aja”⁸⁰

Peneliti kembali mengajukan pertanyaan terkait bagaimana kriteria makanan halal yang sesuai Islam, ibu IK menjawab

“kalo kriterianya, kalo dari bahan otomatis ya dari memasak dapatnya dari mana, itu kita harus tau,habis itu juga jenisnya kan harus tau juga, yah harus tau juga lah”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Ibu IK terkait apakah beliau modal awal untuk memulai usaha rumah makan tersebut? Ibu IK menjawab

“kalo masalah modal kan saya pribadi kurang tau, itu kan hak orang yah masalah modal, bisa dari mana aja di perolehnya, bisa diperoleh dari saudara, diperoleh dari tabungan sendiri, tabungan pribadi, ya kita kurang tau, terserah mereka ya kan, tapi kalo saya sih meliatnya kalo meliatnya seperti warung daffa, ya kemungkinan itu dari tabungan sendiri, kemungkinan lho yah”⁸¹

Wawancara berdasarkan rumusan kedua :

Pertanyaan kembali diajukan kepada ibu IK terkait apakah ibu IK selalu mengkonsumsi produk makanan yang yang berlabel halal, adapun pernyataan ibu IK “konsumsi halal, ya iya dong harus dong, kita ini orang islam kan ya”

⁸⁰ Hasil wawancara dengan Ibu IK pada tanggal 26 juli 2020

⁸¹ Hasil wawancara dengan Ibu IK pada tanggal 11 agustus 2020

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada ibu IK terkait Apakah ibu IK selalu memeriksa komposisi bahan makanan serta asal bahan makanan sebelum membeli. ibu Ik menjawab

“kalo komposisi sih biasanya harus tetap periksa. Misalnya kan makanan jadi kayak di warung-warung kayak gini, kita harus tau pemiliknya islam atau engga. Itu terlebih dahulu. Kan kadang kita ragu-ragu kalo yang punya kan ternyata bukan orang islam, tapi meti tau pemiliknya”

Pertanyaan kembali diajukan kepada ibu IK terkait apakah ibu IK disetiap produk makanan yang dikonsumsi harus terdapat sertifikat halal, adapun pernyataan ibu IK

“kalo label halal sih, kan ngurusnya lumayan ribet kan. Kalo aku sih ga musti ada halal haramnya. Itu apa namanya tercantum gitu sih ga musti, itu alanya secara pribadi yah eee, harus tau pemiliknya itu agamanya apa dulu, yakan, kalo dia orang islam. Otomatis dia tau makanan halal haramnya itu seperti apa”⁸²

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada ibu IK terkait bagaimana menurut ibu IK tentang restaurant dan tempat makan sekitar yang belum memiliki sertifikat halal, apakah tetap membeli atau tidak. ibu Ik menjawab

“kalo aku sih kan rata-rata kan aku udah tinggal disini bertahun-tahun jadi udah tau yang mana yang islam yang mana yang kristen, rata-rata penjual yang aku beli itu semuanya islam”

Pertanyaan kembali diajukan kepada ibu IK terkait apakah menurut ibu IK Palangka Raya memerlukan banyak produk dan rumah makan yang bersertifikat halal, adapun pernyataan ibu IK

“harus sih sebenarnya oleh ada kejadian bapakku waktu mau kekasongan pernah makan di suatu warung makan ada label eh bukan

⁸² Hasil wawancara dengan Ibu IK pada tanggal 26 juli 2020

label sih, kaligrafi kek yasin gitu, kek gitu, ternyata begitu di jalan ngobrol-ngobrol sama temn lho, ternyata yang punya orang kristen, jadi mereka apa namanya sengaja pasang kaligrafi gitu apa namanya macam-macam kaligrafi gitu, supaya terlihat seperti orang islam, jadi kalo aku pribadi kalo makan di luar atau keluar kota. Sebenarnya harus milih-milih. Kita paling engga perempuannya harus pakai kerudung lah”

Pertanyaan kembali diajukan kepada ibu IK terkait apakah ibu IK dengan melihat gambar Ulama Islam tulisan kaligrafi atau doa-doa disebuah restaurant atau rumah makan ibu IK yakin akan kehalalannya. adapun pernyataan ibu IK

“kalo aku memang jarang beli ditempat yang ga aku kenal sih, aku beli di tempat langganan yang sudah aku kenal basic agamanya rata-rata sih gitu, kalo yang luaran ga pernah, jadi rata-rata yang udah aku tau dulu agamanya, kalo keluar kota pun jarang paling rata-rata kalo kelua bawa bekal sendiri”⁸³

8. Subjek 8

Nama : RA
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 31
Profesi : pelanggan depot daffa

Wawancara berdasarkan rumusan pertama :

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan ibu RA sebagai konsumen di rumah makan mengenai pendapat tentang makanan halal dan kriterianya, beliau menjawab. “apa yo lah, ibarat kan emm yang halal lho

⁸³ Hasil wawancara dengan Ibu IK pada tanggal 26 juli 2020

umpamanya kan kaya ayam, iwak tu kan pasti, kalo kaya warung yang jual daging kan tu agak ragu-ragu jua lh, kita ka kada tahu”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada ibu RA terkait apakah cara mengolah suatu makanan berpengaruh terhadap kehalalan makanan tersebut. ibu RA menjawab “cara memasaknya lah kada terlalu jua pang mungkin, sama ja semua lho ibarat menggoreng, meoseng, atau yang bakuah kaitu kan”⁸⁴

Wawancara berdasarkan rumusan kedua :

Pertanyaan kembali diajukan kepada ibu RA terkait apakah ibu RA selalu mengkonsumsi produk makanan yang yang berlabel halal, adapun pernyataan ibu RA “harus, oleh kita Islam”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada ibu RA terkait Apakah ibu RA selalu memeriksa komposisi bahan makanan serta asal bahan makanan sebelum membeli. ibu RA menjawab “iih apa ja yang kaitu nah, ibaratnya lho, nukar iwak masak tu cari yang formalnya aja lah, mun bahan nya kaitu kan apa am yang harus di anu”

Pertanyaan kembali diajukan kepada ibu terkait apakah ibu RA disetiap produk makanan yang dikonsumsi harus terdapat sertifikat halal, adapun pernyataan ibu RA “harus lah biar kada salah tukar, lawan kan biar kita kada ragu lagi untuk kita islam ya kalo”

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada ibu RA terkait bagaimana menurut ibu RA tentang restaurant dan tempat makan sekitar yang belum

⁸⁴ Hasil wawancara dengan Ibu RA pada tanggal 26 juli 2020

memiliki sertifikat halal, apakah tetap membeli atau tidak. ibu RA menjawab “ragu jua pang kan kita kada tahu mungkin inya mungkin ibaratnya, apa nih kada yakin lho kalo kita kesitu kaitu, meskipun inya Islam”

Pertanyaan kembali diajukan kepada ibu RA terkait apakah menurut ibu RA Palangka Raya memerlukan banyak produk dan rumah makan yang bersertifikat halal, adapun pernyataan ibu RA “bisa boleh jadi tu, olehnya kan disini orangnya kada seratus persen islam, jadi perlu biar yakin biar lebih aman untuk kita yang belanja”

Pertanyaan kembali diajukan kepada ibu RA terkait apakah ibu RA dengan melihat gambar Ulama Islam tulisan kaligrafi atau doa-doa di sebuah restaurant atau rumah makan ibu RA yakin akan kehalalannya. adapun pernyataan ibu RA

“mun kada tahu yang ampunnya Islam apa kada ragu jua pang, mungkin supaya menarik kita islam lho gitu lho, tapi bilanya tau yang ampunnya islam kan insya allah yakin aja pang kaitu, melihati jua pelayannya kaya ibaratnya kita Islamkan lebih identik harus berkerudung, jadi kada musti harus segala gambar kaitu lah”⁸⁵

9. Subjek 9

Nama : AZ
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 26
Profesi : pelanggan depot daffa

⁸⁵ Hasil wawancara dengan Ibu RA pada tanggal 26 juli 2020

Wawancara berdasarkan rumusan pertama :

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan ibu AZ sebagai konsumen di rumah makan mengenai pendapat tentang makanan halal, beliau menjawab. “halal sesuai dengan apa yang d syari’atkan islam yang di anjurkan sesuai dengan tuntunan”

Peneliti kembali mengajukan pertanyaan terkait bagaimana kriteria makanan halal yang sesuai Islam, ibu AZ menjawab “kriterianya ya prosesnya, cara memperolehnya, sama bahan-bahan yang baik”⁸⁶

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada ibu AZ terkait apakah cara mengolah suatu makanan berpengaruh terhadap kehalalan makanan tersebut. ibu AZ menjawab. “prosesnya ya berpengaruh karna, jelas kalo, karna ada dalam Islam”

Wawancara berdasarkan rumusan kedua :

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada ibu AZ terkait Apakah ibu AZ selalu memeriksa komposisi bahan makanan serta asal bahan makanan sebelum membeli. ibu Az menjawab “bungkus ya diperiksa, karna dalam islam itu ada halal dan tidak nya kalo, itu aja”

Pertanyaan kembali diajukan kepada ibu AZ terkait apakah ibu AZ disetiap produk makanan yang dikonsumsi harus terdapat sertifikat halal, adapun pernyataan ibu AZ “i’ih pang, karna yang bejualan kan kada semuanya islam, jadi harus beistilah mencek kaitu”

⁸⁶ Hasil wawancara dengan Ibu AZ pada tanggal 26 juli 2020

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada ibu AZ terkait bagaimana menurut ibu AZ tentang restaurant dan tempat makan sekitar yang belum memiliki sertifikat halal, apakah tetap membeli atau tidak. ibu AZ menjawab “munnya kadada label tu, liat-liat pang dulu tempatnya kaya apa lho, kada langsung asal ja masuk”⁸⁷

Pertanyaan kembali diajukan kepada ibu AZ terkait apakah menurut ibu AZ Palangka Raya memerlukan banyak produk dan rumah makan yang bersertifikat halal, adapun pernyataan ibu AZ. “perlu pang menurutku, kita kan beda-beda jadinya kan ada yang islam ada yang kristen lho, bukannya apa tapi menghindari kalo”

Pertanyaan kembali diajukan kepada ibu AZ terkait apakah ibu AZ dengan melihat gambar Ulama Islam tulisan kaligrafi atau doa-doa disebuah restaurant atau rumah makan ibu AZ yakin akan kehalalannya. adapun pernyataan ibu AZ

“menurutku kalo lah yah sering meliat kaitu pang lah biasanya, iih, berarti sama ja kaya kita orang islam kaitu, jadi yakin aja lagi, anu itu halal kaitu, oleh kan kebanyakan orang islam ni kebanyakan ada gambar kaitu jua”⁸⁸

1. Informan 1

Nama : SP
Jenis kelamin : Perempuan
Usia : 40 Tahun
Profesi : pemilik Rumah makan Ummi Elsa

⁸⁷ Hasil wawancara dengan Ibu AZ pada tanggal 26 juli 2020

⁸⁸ Hasil wawancara dengan Ibu AZ pada tanggal 26 juli 2020

Ibu SP adalah seorang pemilik warung makan Ummi Elsa beliau merupakan pemilik warung makan dan dibantu oleh kedua putrinya tersebut. Ketika peneliti menanyakan kepada Ibu SP tentang sejak kapan beliau mendirikan warung makan beliau pun menjawab: “kira-kira sekitaran tahun 2002”

Dari hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa beliau mendirikan warung makan sudah lebih dari sepuluh tahun.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan kepada ibu SP, kenapa nama rumah makan beliau bernama ummi elsa, beliaupun menjelaskan: “warung Ummi Elsa karena orang kan kenalnya sama ummi elsa karna panggilannya Ummi karna kalo ibu ani dan segala tu panggilnya Ummi gitu”⁸⁹

Dari hasil wawancara peneliti dengan ibu SP menunjukkan bahwa nama ummi elsa dijadikan nama warung makan beliau karena orang yang membeli makan dari warung beliau dan penduduk sekitar mengenal beliau dengan panggilan Ummi Elsa.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan kepada Ibu SP, menu makanan apa saja yang disajikan di warung makan beliau dan makanan apa yang paling diminati dan dalam sehari berapa rata-rata jumlah pembeli yang datang, beliau pun menjawab:

“yang favorit lagi sekarang ini ni rica sih, rica-rica ayam, rica-rica bebek atau hati yang lainnya si kek ayam goreng dan lalapan, umtuk orang yang banyak suka lah ayam rica ayam goreng, pengunjungnya alhamdulillah lumayan sih kisaran 50 an lebih”⁹⁰

⁸⁹ Hasil wawancara dengan Ibu SP pada tanggal 23 juli 2020

⁹⁰ Hasil wawancara dengan Ibu SP pada tanggal 23 juli 2020

Berdasarkan penjelasan SP di atas, bahwa menu makanan yang di sajikan di warung makan beliau kurang lebih seperti rata-rata menu lalapan di warung makan lainnya dan yang menjadi makanan favorit di tempat beliau adalah makanan rica-rica ayamnya, serta pelanggan yang datang untuk membeli lebih dari 50 orang.

Peneliti melanjutkan wawancara dengan ibu SP. Peneliti menanyakan alasan dan tujuan kenapa Ibu SP memasang gambar ulama di warung makan beliau, beliau pun menjawab:

“kan sidin ulama besar, ulama besar kalimantan ibarannya lah jadinya kami mudahan aja meambil akwah sidin, ajaran-ajaran sidin, aku lakoni dan umpati aja udah supaya dapat berkahnya aja udah”

Berdasarkan pernyataan SP di atas bahwa alasan utama beliau menempatkan gambar ulama di dinding warung makan beliau supaya bisa mendapat akwah ulama tersebut, dan beliau selalu mengikuti ajaran-ajaran ulama tersebut dengan tekun dengan tujuan demi mendapat berkah dari mengikuti ulama tersebut.

2. Informan 2

Nama : MD
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 43 Tahun
Profesi : Pemilik Rumah Makan Idang Kandangan

Ibu MD adalah seorang pemilik warung makan Idang Kandangan, beliau adalah pemilik warung makan dan para pegawainya adalah keluarga

beliau sendiri. Ketika peneliti menanyakan kepada ibu MD tentang sejak kapan warung makan didirikan dan kenapa beliau menamakan warung makan beliau dengan nama tersebut, beliau pun menjawab

“kira-kira 5 tahunan lebih sudah, 5 tahun tu kira-kira pada tahun berapa yo? hitung dulu kurang lebih 2014 an lah, hiih. Dijadi akan warung idang kandang tu kisahnya tu idang kesayang anak kesayangan, anak kesayangan olehnya idang, jadinya orang meanggap idang ae seberataan jadi lalu ke Idang Kandangan jadi Idang tu kesayangan Kandangan tu kampung kami”⁹¹

Dari hasil wawancara diatas bahwa warung makan Idang Kandangan tersebut sudah berdiri lebih dari 5 tahun. Alasan beliau menamakan warung makan beliau dengan nama Idang Kandangan yang artinya anak kesayangan dengan harapan menjadi warung kesayangan dari para pelanggannya.

Selanjutnya peneliti menanyakan makanan apa saja yang disajikan dalam menu warung makan beliau, dan beliau menjawab.

“minuman setrup, teh es, teh panas, air es, makanannya ya yang bepanggangan semuanya, sayurnya macam-macam menunya, ada sup ada santan ada keladi ada asam, semuanya ae habis, semuanya ae habisan, habis laluan”

Menu makanan yang disajikan MD sama saja dengan warung makan khas banjar lainnya, tidak ada menu spesial yang disajikan atau pun makanan andalan karena setiap makanan yang disajikan selalu habis terjual.

Selanjutnya peneliti menanyakan berapa jumlah rata-rata pengunjung yang datang perharinya, serta menanyakan apa yang beliau pahami tentang makanan halal. beliau menjawab.

⁹¹ Hasil wawancara dengan Ibu MD pada tanggal 25 juli 2020

“ 300 lebih iwaknya ja parak 400 pengunjung kan datang orang langsung akan semuanya baimbai habis beganti-beganti jadi 300 parak 400 mun 50 kan sedikitan iwaknya haja banyak,halal tu ya halal semuanya disini, yang bersih-bersih lah jangan bebarang haja iwaknya tu harus dibersih bujur-bujur, jangan asal-asalan lah nah kaitu maksudnya”⁹²

Peneliti melanjutkan wawancara dengan ibu MG. Peneliti menanyakan alasan dan tujuan kenapa Ibu MG memasang gambar ulama di warung makan beliau, beliau pun menjawab

“gambar-gambar ni kah, gambanya ada berkahnya setiap setahun tu sekali aku ni selalu mengunjungi sidin setiap setahun sekali tu, limbah tu setiap tahun sekali ni nah aku ni mehauli sidin disini nah semuanya makanannya ni geratis”

3. Informan 3

Nama : DH
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Umur : 42 Tahun
Profesi : Pemilik Warung Makan Depot Daffa

Ketika peneliti menanyakan kepada bapak DH tentang sejak kapan warung makan didirikan dan kenapa beliau menamakan warung makan beliau dengan nama tersebut, beliau pun menjawab “dari tahun 2000 dulu halus dan alhamdulillah berkembang, nama depot daffa terinspirasi dengan nama anak,”

⁹² Hasil wawancara dengan Ibu MD pada tanggal 25 juli 2020

Selanjutnya peneliti menanyakan makanan apa saja yang disajikan dalam menu warung makan beliau, dan beliau menjawab “ menu favorit hampir rata-rata habis pokoknya dari jam 7 sampai jam 2 beres tu pang”

Selanjutnya peneliti menanyakan berapa jumlah rata-rata pengunjung yang datang perharinya, dan beliau menjawab. “oh total pengunjung, total pengunjung lebih dari 100 kalo 500 kada sampai, yah 200 kebawah tapi 100 pasti keatas dalam sehari”⁹³

Peneliti melanjutkan wawancara dengan bapak DH. Peneliti menanyakan apa yang beliau pahami mengenai makanan halal serta alasan dan tujuan kenapa bapak DH memasang gambar ulama di warung makan beliau, beliau pun menjawab

“yang diketahui, yang penting halal kaitu ja kalo, hehe yang pastikan diluar 3 macam tu anjing, babi lawan minuman karas, yang ditukar pun lah dipasar tadi di tempat muslim jua kayak ayamnya kan aku nukar tadi jadi inya motong sorang insya allah aman lah bahan ini insya allah”“supaya nuansanya ada kaitu nah, kalo pemiliknya ni tadi, jadi tanpa kita padahi masakan muslim dengan meliat pajangan kaitu ni tadi kan orang ni muslim jadi orang tahu ooo kaini pemiliknya langsung yakin lah ya”⁹⁴

C. Analisis Data

Persepsi halal budaya masyarakat Muslim di Palangka Raya akan peneliti uraikan dalam sub bab ini. Adapun pembahasan dalam sub bab ini terbagi menjadi 2 (dua) kajian utama sesuai dengan rumusan masalah yaitu: pertama, persepsi halal pada masyarakat Muslim di Palangka Raya, perilaku

⁹³ Hasil wawancara dengan Bapak DH pada tanggal 26 juli 2020

⁹⁴ Hasil wawancara dengan Bapak DH pada tanggal 26 juli 2020

konsumen budaya masyarakat Muslim di Palangka Raya dalam menentukan produk halal.

1. Persepsi halal konsumen pada masyarakat muslim di Palangka Raya.

persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan atau bisa juga diartikan sebagai suatu proses yang didahului penginderaan yaitu proses stimulus oleh individu melalui proses sensoris. Namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan diproses selanjutnya merupakan proses persepsi.⁹⁵

Sedangkan Pengertian Halal berarti hal-hal yang boleh dilakukan secara bebas atau tidak terikat oleh hal-hal yang melarangnya. Halal adalah sesuatu yang dengannya terurailah buhul yang membahayakan, dan Allah memperbolehkan untuk dikerjakan menurut ajaran Islam.⁹⁶

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang diperoleh, peneliti akan menguraikan persepsi kesembilan (9) masyarakat Muslim yang termasuk dalam kriteria subjek penelitian mengenai persepsi halal masyarakat Muslim di Palangka Raya adalah sebagai berikut :

Ibu AS, Ibu HS, Ibu RA, Ibu AZ, Bapak AW, dan Bapak ND, beliau selalu mewajibkan dirinya untuk selalu mengkonsumsi makanan halal bagi dirinya sendiri dan keluarganya. beranggapan bahwa makanan halal itu harus sesuai menurut ajaran syariat Islam baik dalam

⁹⁵ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah....* h. 18.

⁹⁶ Yusuf Qardhawi, *Halal Haram dalam islam,...* h. 30.

segi memperolehnya seperti modal awal untuk memulai usaha, pembeliannya atau mengolahnya harus syariat Islam dan harus steril dari zat-zat yang mengharamkannya, sehingga beliau akan merasa yakin bahwa makanan yang dikonsumsinya adalah makanan halal, karena makanan halal akan berpengaruh sangat untuk beliau sebagai umat Islam.

Ibu MW, Ibu IK, dan Bapak AH, beliau selalu memastikan bahwa makanan yang beliau konsumsi setiap harinya adalah halal, karena ajaran Islam mewajibkan setiap Muslim untuk mengkonsumsi makanan yang halal. beliau juga beranggapan bahwa makanan halal itu dalam segi jenis dan proses memasaknya suasananya, bahkan penampilan dan pelayanannya harus identik dengan nuansa yang islami dan harus ada tanda yang menandakan keislamannya baik dari simbol, gambar, serta hiasan-hiasan yang berbau islami sehingga beliau akan merasa yakin bahwa makanan yang dikonsumsinya adalah makanan halal.

Persepsi konsumen terhadap standarisasi halal masyarakat muslim di palangka raya dapat dikaji dengan teori persepsi yaitu pada faktor-faktor yang menimbulkan adanya persepsi.⁹⁷ Terdapat 2 (dua) faktor yang dapat menimbulkan adanya persepsi halal masyarakat Muslim yaitu yang pertama faktor fungsional, dimana dalam segi kebutuhan, yang disebut sebagai faktor personal. Persepsi bersifat

⁹⁷ Suprihati & Wikan Budi Utami, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Kepuasan Pembelian Mobil Pribadi di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo*, ISSN: Vol.13, No.01, Januari 2015

selektif secara fungsional yang berarti bahwa objek-objek yang mendapat tekanan dalam persepsi biasanya objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi. Hal ini dapat dilihat dari hasil observasi dan wawancara bahwa persepsi halal masyarakat Muslim di Palangka Raya karena adanya kebutuhan masyarakat Muslim untuk bertahan hidup serta menjalankan syariat Islam dengan mengonsumsi makanan yang halal.

Kedua adalah faktor struktural, persepsi halal masyarakat Muslim di Palangka Raya ditimbulkan dari luar individu, seperti lingkungan, budaya, hukum yang berlaku, nilai-nilai dalam masyarakat sangat berpengaruh terhadap seseorang dalam mempersepsikan sesuatu. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat bahwa persepsi halal masyarakat Muslim di Palangka Raya jika dilihat dari faktor struktural dalam segi hal yang berlaku yang dapat menimbulkan persepsi seperti syariat Islam mewajibkan untuk mengonsumsi makanan yang halal karena akan berpengaruh sangat besar dalam kehidupan kedepannya dengan mengonsumsi makanan yang halal.

Persepsi halal masyarakat Muslim di Palangka Raya jika dikaji dengan teori halal yang mana makanan tersebut tidak membahayakan apabila dikonsumsi serta tidak ada perintah Allah Subhanahu Wa ta'ala dalam melarangnya maka hukum asalnya adalah boleh.⁹⁸ Imam Al-

⁹⁸ Imam al-Ghazali, *Benang Tipis antara Halal dan Haram*,... h. 23

Ghazali juga mengatakan bahwa kehalalan dapat dilihat dari segi zat bendanya sendiri itu diperoleh dengan cara yang baik, tidak berbahaya, tidak memabukkan dan dikerjakan menurut syariat agama. Hal ini terbukti dari hasil wawancara dan observasi bahwa persepsi halal menurut masyarakat Muslim di Palangka Raya selalu mengutamakan zat sebagai bahan utama makanan adalah hal serta penyembelihan dan pengolahannya harus sesuai dengan syariat Islam. Persepsi Masyarakat juga diperkuat dengan pendapat Ulama-Ulama Islam tentang syarat-syarat makanan halal, yaitu dalam kategori sebagai berikut⁹⁹:

1. Tidak mengandung babi dan bahan makanan yang berasal dari babi.
2. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan, seperti bahan-bahan dari organ manusia, darah, kotoran, dan sebagainya.
3. Semua bahan yang berasal dari halal dan disembelih melalui syariat Islam.
4. Tidak mengandung bahan-bahan lain yang diharamkan atau tergolong najis seperti: bangkai, darah, bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, kotoran dan lain sebagainya.
5. Semua tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan, pengelolaan dan alat transportasi untuk produk halal tidak boleh digunakan untuk babi atau barang tidak halal lainnya.
6. Semua makanan yang tidak mengandung khamar

⁹⁹ Aisjah Girindra, *Pengukir Sejarah Sertifikasi Halal*,..., h. 124-125..

7. Makanan yang didapat dari cara yang tidak halal, seperti : hasil curian, rampasan, korupsi, riba.

Sebagaimana analisis yang telah peneliti uraikan diatas dapat diperoleh sebuah kesimpulan bahwa persepsi halal masyarakat Muslim di Palangka Raya dapat dilihat dari faktor fungsional dan faktor struktural serta persepsi halal masyarakat Muslim di Palangka Raya dapat dikatakan sesuai dengan pengertian halal dan syarat-syarat makanan halal yang sudah ditetapkan oleh syariat Islam serta diperkuat dengan ijtihad para Ulama Islam. Hal ini terbukti dengan adanya pendapat masyarakat Muslim dalam mengkatagorikan makanan halal yaitu seperti zat sebagai bahan utamanya itu tidak mengandung unsur haram seperti babi ataupun khamr serta tata cara penyembelihannya dan proses pengolahannya sesuai dengan syariat Islam.

2. Perilaku Konsumen masyarakat muslim di Palangka Raya dalam menentukan standariansi halal.

Konsumen adalah pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan dan sebagainya). Adapun perilaku konsumen adalah interaksi kegiatan fisik dan proses pengambilan keputusan yang seluruhnya ini dinilai oleh individu, mendapatkan barang-barang dan mempergunakan jasa secara ekonomis. Dengan kata lain perilaku konsumen adalah ilmu yang mempelajari tingkah laku individu dalam

arti proses penilaian yang dilakukan untuk membeli suatu barang dan jasa pemakai.¹⁰⁰

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang diperoleh, peneliti akan menguraikan persepsi kesembilan (9) masyarakat Muslim yang termasuk dalam kriteria subjek penelitian mengenai perilaku konsumen masyarakat Muslim di Palangka Raya dalam menentukan standarisasi halal ditinjau dalam ekonomi Islam adalah sebagai berikut :

Belum adanya sertifikasi halal pada rumah makan membuat Ibu AS, Ibu MW, dan Bapak AW menjadi sangat selektif dalam memilih rumah makan, karena beliau mewajibkan dirinya sendiri dan keluarganya untuk mengkonsumsi makanan yang halal di rumah makan yang menyajikan makanan halal pula. Akan tetapi karena kebanyakan rumah makan di Palangka Raya belum mempunyai sertifikasi halal, Ibu AS, MW, dan Bapak AW ketika ingin makan di rumah makan selalu mengecek rumah makan tersebut menjual makanan halal atau tidaknya terlebih dahulu melihat menu-menu makanan yang ditawarkan setelah itu dengan adanya gambar-gambar Ulama Islam di rumah makan tersebut maka Ibu AS, MW, dan Bapak AW semakin yakin bahwa rumah makan tersebut menjual makanan dengan produk yang halal.

Pengetahuan agama yang dimiliki Ibu HS, Ibu RA, dan Bapak ND tentang halal dan haramnya sebuah makanan membuat Ibu HS, RA dan Bapak ND, menjadi sangat cermat dalam memeriksa sebelum

¹⁰⁰ Peter J. Paul Dan Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*,... h 6.

memakan atau memasuki rumah makan karena keraguan akan kehalalannya. Akan tetapi karena belum adanya sertifikasi halal pada rumah makan membuat Ibu HS, RA, dan Bapak ND, selektif dalam memilih rumah makan. Biasanya mereka akan yakin membeli dirumah makan apabila melihat gambar-gambar Ulama ataupun kaligrafi dirumah makan tersebut. mereka beranggapan bahwa tidak semua rumah makan di Palangka Raya memasang gambar tersebut. Maka dari itu Ibu HS, Ibu RA, dan Bapak ND yakin bahwa rumah makan tersebut merupakan rumah makan halal menurut Islam.

Tidak adanya sertifikat halal pada rumah makan tidak membuat Ibu IK dan Bapak AH kesulitan dalam menentukan rumah makan halal, karena beliau memiliki penilaian sendiri dalam menentukan rumah makan yang halal. Karena kebanyakan rumah makan di Palangka Raya belum memiliki sertifikat halal. Ibu IK dan Bapak AH ketika akan makan dirumah makan selalu memeriksa rumah makan tersebut, serta mereka berkeyakinan juga dengan adanya nuansa islami di rumah makan tersebut seperti pelayannya yang menggunakan kopiah haji atau kerudung serta ada gambar-gambar guru besar Ulama Islam di rumah makan tersebut Ibu IK dan Bapak AH semakin yakin bahwa rumah makan tersebut menjual makanan dengan produk yang halal.

Sertifikasi halal dirumah makan menurut Ibu AZ sangat baik jika dimiliki sebuah rumah makan. Ibu AZ beranggapan bahwa memastikan makanan yang dikonsumsi beliau haruslah yang halal karena hampir

semua rumah makan di Palangka Raya tidak memiliki sertifikasi halal sehingga akan menjadi daya tarik sendiri bagi konsumennya. Namun, untuk sementara gambar-gambar Ulama Islam atau kaligrafi ataupun ornamen-ornamen Islam lainnya sudah cukup untuk menyakinkan Ibu AZ bahwa rumah makan tersebut adalah halal.

Apabila dikaji dengan teori perilaku konsumen islam serta berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang peneliti peroleh, perilaku konsumen masyarakat Muslim di Palangka Raya yaitu, bahwa perilaku konsumen kesembilan subjek apabila dirumah makan tersebut belum menemukan sertifikasi halal didalamnya maka langkah yang dilakukan masyarakat Muslim yang menjadi subjek penelitian adalah melihat kembali menu-menu yang ditawarkan oleh rumah makan tersebut serta dengan adanya gambar Ulama Islam, kaligrafi atau ornamen-ornamen lain yang mencerminkan agama Islam di dalam rumah makan tersebut, maka masyarakat Muslim yang menjadi subjek penelitian sudah merasa yakin bahwa rumah makan itu menawarkan produk-produk yang halal. Sehingga mereka tidak merasa canggung lagi untuk membeli produk di rumah makan tersebut. Namun, apabila dirumah makan tersebut tidak ditemukannya menu-menu halal serta juga tidak adanya gambar-gambar Ulama Islam, kaligrafi ataupun ornamen-ornamen Islam maka masyarakat Muslim juga akan meragukan produk yang ditawarkan dirumah makan tersebut.

Apabila dikaji dengan faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen masyarakat Muslim dalam menentukan standarisasi halal di Palangka Raya dipengaruhi dan didominasi oleh faktor budaya yang masuk ke dalam konteks agama. Hal ini terbukti dari hasil observasi dan wawancara bahwa kesembilan subjek penelitian mengatakan bahwa makanan halal adalah salah satu syariat yang oleh agama Islam. Jadi, membuat dorongan mereka untuk mengkonsumsi makanan yang halal. Faktor budaya dalam hal agama, juga menjadi salah satu hal dasar mereka dalam mempengaruhi perilaku konsumen masyarakat Muslim. Hal ini terbukti dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa keinginan dan tingkah laku yang dipelajari mereka mempengaruhi perilaku konsumen mereka.

Analisis perilaku konsumen masyarakat Muslim di Palangka Raya dalam menentukan produk halal juga dikaji dengan teori konsumen Islam yang menjelaskan tentang konsumsi dalam Islam bahwa perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah Swt.¹⁰¹ Konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yang dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan

¹⁰¹ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*,..

ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. perilaku konsumen masyarakat muslim di Palangka Raya dalam menentukan standarisasi halal yang dilakukan oleh peneliti masuk dalam peranan keimanan. Hal ini terbukti dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, bahwa mereka mempunyai adanya Tuhan yaitu Allah Subhanahu Wa ta'ala sehingga mereka menjalankan perintahnya dengan mengkonsumsi makanan yang halal dengan tidak berani menyentuh apalagi memakan makanan yang dilarang oleh Allah Subhanahu Wa ta'ala.

Sebagaimana analisis yang telah peneliti uraikan diatas dapat diperoleh sebuah kesimpulan bahwa perilaku Konsumen masyarakat muslim di Palangka Raya dalam menentukan standarisasi halal dalam menentukan produk halal dengan melihat gambar-gambar ulama Islam, kaligrafi ataupun ornamen-ornamen Islam merupakan termasuk kedalam faktor budaya dan sub budaya serta sudah sesuai dengan prinsip keimanan dalam perilaku konsumen Islam yang mengutamakan bahwa mengkonsumsi produk makanan halal yang bertujuan mengumpulkan pahala menuju falah (kebahagiaan dunia dan akhirat). Motif mengkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah masalah atas kebutuhan dan kewajiban diperintahkan oleh Allah Subhanahu Wa ta'ala yang mana sesuai dengan perilaku konsumen ekonomi Islam.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis yang telah dikemukakan pada bab terdahulu, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

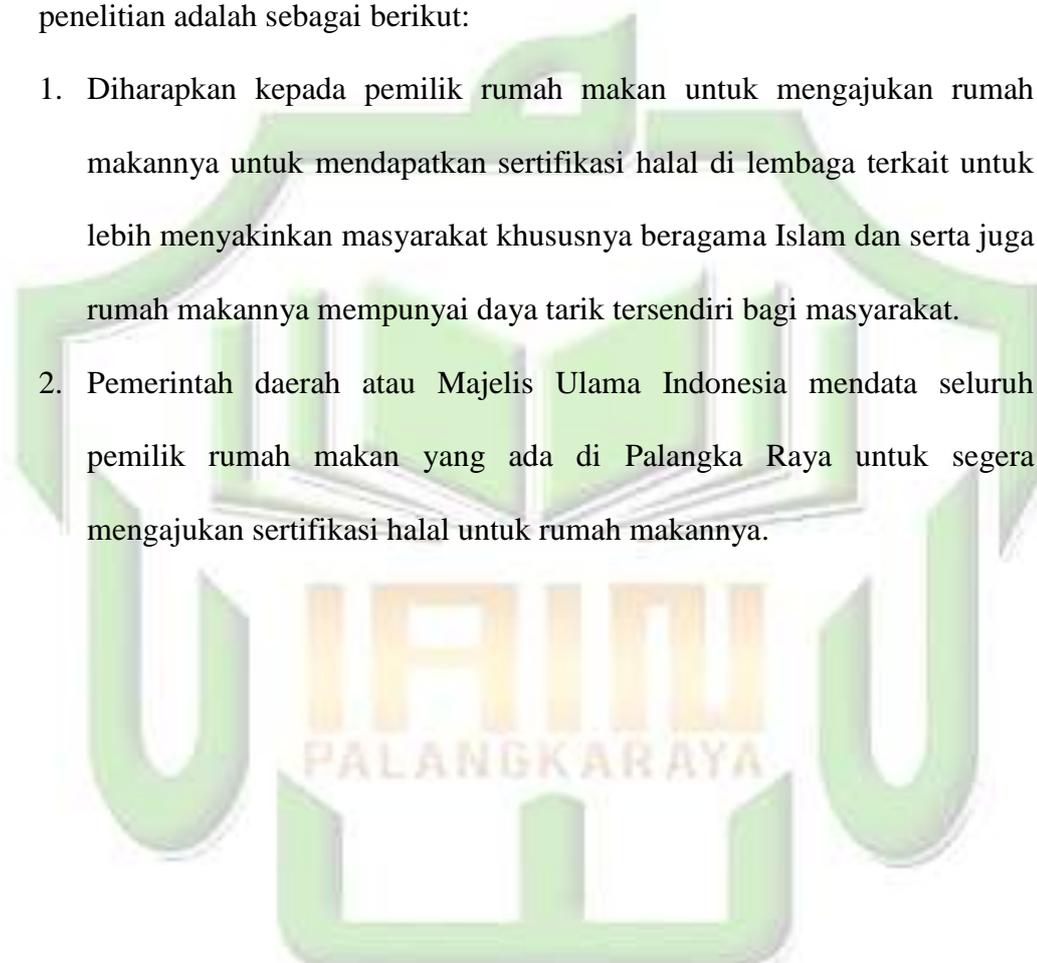
1. Persepsi halal konsumen pada masyarakat Muslim di Palangka Raya dapat dilihat dari faktor fungsional dan faktor struktural, serta persepsi halal masyarakat Muslim di Palangka Raya dapat dikatakan sesuai dengan pengertian konsep halal dan syarat-syarat makanan halal yang sudah ditetapkan oleh syariat Islam serta diperkuat dengan ijtihad para Ulama Islam dalam mengkatagorikan makanan halal yaitu seperti zat sebagai bahan utamanya itu tidak mengandung unsur haram seperti babi ataupun khamr serta tata cara penyembelihannya dan proses pengolahannya sesuai dengan syariat Islam.
2. Perilaku Konsumen masyarakat muslim di Palangka Raya dalam menentukan standariasi halal dengan melihat gambar-gambar ulama Islam, kaligrafi ataupun ornamen-ornamen Islam merupakan termasuk kedalam faktor budaya dan sub budaya serta sudah sesuai dengan prinsip nilai keimanan dalam perilaku konsumen Islam yang mengutamakan bahwa mengkonsumsi produk makanan halal yang bertujuan mengumpulkan pahala menuju falah (kebahagiaan dunia dan akhirat). Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah masalah atas kebutuhan dan kewajiban diperintahkan oleh Allah

Subhanahu Wa ta'ala yang mana sesuai dengan perilaku konsumen Islam.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan hasil dan analisis penelitian adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pemilik rumah makan untuk mengajukan rumah makannya untuk mendapatkan sertifikasi halal di lembaga terkait untuk lebih meyakinkan masyarakat khususnya beragama Islam dan serta juga rumah makannya mempunyai daya tarik tersendiri bagi masyarakat.
2. Pemerintah daerah atau Majelis Ulama Indonesia mendata seluruh pemilik rumah makan yang ada di Palangka Raya untuk segera mengajukan sertifikasi halal untuk rumah makannya.



DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Al-ghazali, Imam, *Benang tipis Antara Halal Dan Haram*, Surabaya, putra pelajar, 2002
- Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, Jakarta:Rineka Cipta, 2003.
- Azhari Fathurrahman, *Qawaid Fiqhiyyah Muamalah Cet.1*; Banjarmasin: Lembaga Peberdayaan Kualitas Ummat, 2015.
- Barkatulah, Abdul Halim, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran)*, Bandung:Nusa Media, 2008.
- Bungin, Burhan, *Analisis data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003.
- Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007.
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Palangka Raya dan Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya, *Kota Palangka Raya Dalam Angka (Palangka Raya City In Figures 2017)*, Palangka Raya: Grahamedia Design, 2007
- Bagian proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Hak, *Petunjuk Teknis Sistem Produksi Halal*, Jakarta: Departemen Agama RI, 2003.
- Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: pustaka al-Hanan, 2009
- Girindra, Aisjah, *Pengukur Sejarah Sertifikasi Halal*, Jakarta: LP POM MUI, 2005.
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- J.Paul Peter, Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi ke Empat, Jilid I, Jakarta: Erlangga, 2006,
- Khallaf Abdullah Wahab, *Ilmu Ushulul Fiqh (Kaidah-kaidah Hukum Islam)*, terj. Noer Iskandar al-Bansany, Cet. 8; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002,
- Kartajaya, Hermawan, *Syaria Marketing*, Bandung: Mizan, 2008.

- Khallaf, Abdul Wahhab, *Ilmu Ushul Fiqh*, Semarang: Dina Utama, 1994.
- Kholil Munawar, *Kembali Kepada Al-Quran Dan As-Sunnah* ,Semarang: Bulan Bintang, 1955.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*,Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*, Alih Bahasa, Bob Sabran, Erlangga: Jakarta, 2008,
- Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Raja Grafindo Persada, Jakarta 2006,
- Mangkunegara, A.P, *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, Cetakan Keempat, Bandung:PT Refika Aditama, 2009,
- Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT RosdaKarya, 2002.
- Pemerintah Kota Palangka Raya, *Selayang Pandang Kota Palangka Raya Tahun 2006*, Palangka Raya: t.p, 2006.
- Qardhawi, Yusuf, *Halal Haram dalam Islam*, Surakarta: Era Intermedia, 2011.
- Rakhmat, Jalaludin,*Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Posdakarya. 2011.
- Shihab, M, Quraish, *Tafsir Al-Misbah (pesan, kesan dan keserasian Al-Qurr'an) Volume 1*, Jakarta :Lentera Hati, 2002.
- Sudarsono, Heri,*Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII. 2003.
- Suharsaputra,Uhar, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan)*, Bandung: Rafika Aditama, 2012.
- Walgito, Bimo,*Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta: Andi Offset, 2002.
- Yunia, Ika dan Kadir, Abdul, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syaria*, Jakarta: Kencana, 2014.

2. Jurnal dan Skripsi

Euis Amalia, Transformasi Nilai-Nilai Ekonomi Islam Dalam Mewujudkan Keadilan Distributif Bagi Penguatan Usaha Kecil Mikro Di Indonesia, *Al-Iqtishad*: Vol. III, No. 1, Januari 2012.

Hijrah Lahaling DKK, "*Hakikat Labelisasi Halal Terhadap Perlindungan Konsumen di Indonesia*", *HARLEV*, Vol. 1, No. 2 (Agustus, 2015).

Kasmawati, *Makanan Halal Dan Tayyib Perspektif Al-Qur'an (Kajian Tahli Li Dalam Qs. Al-Baqarah/2: 168)*, Skripsi, Uin Alauddin Makassar, 2014.

Kurniati, Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesiam*, Vol. IV, No. 01, Juni 2016.

Muchtar Ali, "*Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah*", *jurnal Ahkam*: Vol. XVI. No. 2, Juli 2016.

Rahmah Maulidah, "*Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal Bagi Konsumen*", *Justitia Islamica*, Vol. 10, No. 2 Juli-Desember, 2013.

Ratna Wijayanti, Meftahudin, *Kaidah Fiqh dan Ushul Fiqh Tentang Produk Halal Metode Istinbath dan Ijtihad dalam Menetapkan Hukum Produk Halal*, *International Journal Ihya 'Ulum Al-Din* : Vol 20 No 2 2018.

Yuli Mutiah, Syaad Afifuddin, "Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim" *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1, No.1, Desember 2012.

3. Internet

KBBI Daring Konsumen, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konsumen>.
(Online pada hari Kamis tanggal 14 November 2019) Pukul 13:12 WIB.

Muhammad Aldio, Sejarah Kota Palangka Raya, Palangka Raya (1950-1972), <http://coretcoretdoang.blogspot.co.id/2015/10/sejarah-kota-palangka-raya-kalimantan..html>, diunduh pada tanggal 06-08-2020