

PERSEPSI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP SERTIFIKAT HALAL

(Studi Kasus pada PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Jurusan Ekonomi Islam



Oleh:

Meika Wahyuni
112411046

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Semarang Telp.(024)7601291
Fax.7624691 Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Meika Wahyuni
NIM : 112411046
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Islam
Judul Skripsi : **PERSEPSI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP SERTIFIKAT HALAL (Studi Kasus Pada Konsumen Muslim PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)**

Telah Dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus, pada tanggal:

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana (Strata Satu/S1) dalam Ekonomi Islam.

Semarang, 04 Desember 2015

Dewan Penguji

Ketua Sidang,

M. Nadzir, S. Hi, M. Si
NIP. 19730923 200312 1 001
Penguji I,

Sekretaris Sidang,

Drs. Ghufron Adjib, M. Ag
NIP. 19660325 199203 1 002
Penguji II,

Prof. Dr. H. Mujiono, MA
NIP. 19590215 198503 1 005
Pembimbing I,



A. Turmudhi, SH., M. Ag
NIP. 19690708 200501 1 004
Pembimbing II,

Drs. Ghufron Adjib, M. Ag
NIP. 19660325 199203 1 002

H. Maltuf Fitri, SE. M. Si
NIP. 19741016 200312 1003

Drs. Gufron Ajib, M. Ag

Bukit Ngaliyan Permai B-10 Rt/Rw. 04/07
Ngaliyan Kota Semarang

H. Maltuf Fitri, SE., M.Si

Bukit Permata Puri Blok F. IX No. 2 Rt/Rw 08/11 Beringin
Ngaliyan Semarang.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
A.n. Sdri. Meika Wahyuni

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Meika Wahyuni
NIM : 112411046
Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : **PERSEPSI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP SERTIFIKAT HALAL (Studi Kasus Pada Konsumen Muslim di PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian atas perhatiannya, harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,



Drs. Ghufron Ajib, M. Ag
NIP: 19660325 199203 1 002

Semarang, 20 november 2015

Pembimbing II,



H. Maltuf Fitri, SE., M. Si.
NIP: 19741016 200312 1 003

MOTTO

إِنَّ الْحَلَالَ بَيِّنٌ، وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ، أُمُورٌ وَبَيْنَهُمَا مُشْتَبِهَاتٌ. . . رواه البخاري ومسلم

“ . . . Sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram itu jelas, dan diantara keduanya ada hal-hal yang syubhat (menyerupai halal atau menyerupai haram) . . . ,” (HR Bukhari dan Muslim)

PERSEMBAHAN

**Alhamdulillah yang utama penulis ucapkan kepada Allah
SWT dan skripsi ini penulis persembahkan kepada :**

Ibu dan Bapak tersayang

Orang tua yang telah mengasihiku

membimbingku sepenuh hati

dengan sabar mengarahkanku dalam kebaikan

melakukan hal terbaik untuk melihat senyum kenahagiaanku

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, Kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 20 November 2015

Deklarator,



Meika Wahyuni
NIM.112411046

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab-Latin dalam tulisan ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

ا	A	ط	t
ب	B	ظ	z
ت	T	ع	'
ث	ṡ	غ	g
ج	J	ف	f
ح	h	ق	q
خ	Kh	ك	k
د	D	ل	l
ذ	Ẓ	م	m
ر	R	ن	n
ز	Z	و	w
س	S	ه	h
ش	Sy	ء	'
ص	ṡ	ي	y
ض	ḍ		

Bacaan Madd:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

Bacaan Diftong:

au = اُوْ

ai = اِيْ

iy = اِيْ

ABSTRAK

Meika Wahyuni, NIM 112411046, 2015. Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus Pada Konsumen Muslim di PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Program Studi Ekonomi Islam. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Pembimbing: Ghufron Ajib, M. Ag dan Maltuf Fitri, SE., M. Si

Selama penulis bekerja di Rocket Chicken hanya sebagian konsumen muslim yang mempertanyakan jaminan halal. Akan tetapi justru pada masyarakat tidak mempermasalahkan sertifikat halal tersebut. Berdasarkan perilaku konsumen muslim tersebut penulis berfikir bahwa mayoritas konsumen muslim berpersepsi bahwa sertifikat halal tidak penting, padahal sebagai konsumen muslim yang jeli seseorang harus selektif dalam memilih makanan di luar rumah apakah sudah benar-benar halal.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Apa persepsi konsumen muslim di PT Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal terhadap pentingnya sertifikat halal?”, konsumen muslim dianggap berpersepsi penting terhadap adanya sertifikat halal apabila mengetahui fungsi dan keberadaan sertifikat halal pada perusahaan.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, Jenis penelitian adalah penelitian lapangan dengan pendekatan antropologis, menggunakan metode analisis deskriptif dengan teknik pengambilan sampel secara purposive karena peneliti mengambil informan dengan pertimbangan bahwa informan tersebut mewakili suara konsumen muslim lain yang berprofesi sama.

Hasil wawancara tersebut telah peneliti analisis dan mendapatkan kesimpulan, yaitu *pertama*, sebanyak 10 informan (31,25%) berpersepsi (menganggap) bahwa sertifikat halal itu penting. *Kedua*, sebanyak 22 informan (68,75%) berpersepsi (menganggap) bahwa sertifikat halal itu tidak penting.

***Kata Kunci:* PT Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal, Sertifikat Halal**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa penulis haturkan ke hadirat Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan ke hadirat Nabi Agung Muhammad SAW, keluarga dan para sahabat dan para pengikut beliau.

Ucapan terima kasih dan penghargaan peneliti sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini, khususnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Wakil Dekan I, II dan III serta para Dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak H. Nur Fathoni, M.Ag., selaku Kepala Jurusan Ekonomi Islam dan Bapak Ahmad Furqon, Lc. M.A., selaku Sekjur Ekonomi Islam.
4. Drs Ghufron Adjib, M.Ag., selaku pembimbing I dan Bapak H. Maltuf Fitri, SE. M. Si., selaku pembimbing II yang telah bersedia dan dengan sabar membimbing, meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dosen, pegawai, dan seluruh civitas akademika di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
6. Bapak Kamin dan Ibu Sriyani tercinta serta semua orang tuaku (ibu Sumanah guru masa kecilku, guru Islamku, guru nasehatku, serta guru-guruku yang lain tak dapat aku sebutkan satu persatu) yang telah mendidik penulis sehingga bisa sampai pada titik studi ini.
7. Kedua adikku tersayang, Ela dan Rizqon yang telah menjadi semangatku untuk menjadi seseorang yang sukses.
8. Semua karyawan di PT. Rocket Chicken Indonesia cabang Boja Kendal

9. Semua pihak yang selalu mendukungku tak dapat aku sebutkan sati persatu.

Semarang, 20 November 2015
Penulis,

Meika Wahyuni
NIM.112411046

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
DEKLARASI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian... ..	8
D. Manfaat Penelitian.	8
E. Tinjauan Pustaka.....	9
F. Fokus Penelitian dan Penegasan Teori.....	14
G. Metode Penelitian... ..	16
H. Sistematika Penulisan.. ..	23
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Persepsi.. ..	25
1. Pengertian Persepsi Konsumen Muslim... ..	25
2. Syarat Terjadinya Persepsi	26
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi.. ..	27
4. Konsumen Muslim.....	28
B. Sertifikat Halal.....	32
1. Pengertian Sertifikat Halal.....	32
2. Sertifikasi Halal.. ..	33

BAB III PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	39
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	39
2. Visi dan Misi.....	40
3. Sistem Waralaba.....	40
4. Struktur Organisasi.....	41
5. Daftar menu/produk yang dijual.....	42
6. Sumber bahan.....	43
7. Sertifikat halal pada Rocket Chicken Boja.....	43
8. Sistem pembukuan dan laporan keuangan.....	43
B. Paparan Data Wawancara	55
1. Latar Belakang Informan.....	44
2. Data Penelitian.....	45

BAB IV PEMBAHASAN

A. Tinjauan Persepsi Konsumen Muslim di PT Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal Terhadap Sertifikat Halal..	46
C. Analisis Data.....	48

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	51
B. Saran	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama yang bertujuan untuk kemaslahatan umat. Semua hal tentang kehidupan sudah diatur didalamnya. Ada 5 hukum Islam yang disebut *khakam al khamsah* yaitu wajib, sunnah, mubah, makruh, dan haram. wajib adalah suatu perbuatan yang dituntut Allah untuk dilakukan, yang diberi ganjaran dengan pahala bagi orang yang melakukannya dan diancam dosa bagi orang yang meninggalkannya karena bertentangan dengan kehendak yang menuntut.¹

Sunnah adalah sesuatu yang dituntut untuk memperbuatnya secara hukum syar'i tanpa adanya celaan atau dosa terhadap orang yang meninggalkan secara mutlak. Sedang dalam arti dalil hukum mempunyai arti yang sama dengan ini, yaitu sesuatu yang berasal dari Nabi baik dalam bentuk ucapan, perbuatan atau pengakuan.² Salah satu perbuatan apabila dilakukan akan mendapat siksa atau dosa, dan sebaliknya apabila ditinggalkannya maka akan mendapat ganjaran atau pahala. Prinsipnya, dalam penetapan hukum haram bagi yang dilarang adalah karena adanya sifat memberi mudharat (merusak) dalam perbuatan yang dilarang itu.³ Secara bahasa adalah sesuatu yang tidak disenangi atau sesuatu yang dijauhi, sedang dalam istilah ialah sesuatu yang diberi pahala orang yang meninggalkannya dan tidak diberi dosa orang yang melakukannya. Dalam istilah hukum, mubah adalah sesuatu yang diberi kemungkinan oleh pembuat hukum

¹Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh Jilid 1*, Jakarta: Kencana, 2009, h. 341-342.

²*Ibid.*, h. 361-362.

³*Ibid.*, h. 366.

untuk memilih antara memperbuat dan meninggalkan. Ia boleh melakukan atau tidak.⁴ Termasuk mengenai apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan, apa yang boleh dimakan dan tidak boleh dimakan.

Islam mengatur banyak hal tentang halal haram termasuk di bidang pangan. Pangan merupakan kebutuhan primer yang menunjang aktifitas fisik manusia. Makanan tidak saja berfungsi sebagai pemasok tenaga, ia juga sebagai sumber pengatur dan pelindung tubuh terhadap penyakit, sumber pembangun tubuh, baik untuk pertumbuhan atau perbaikan tubuh, selain juga sebagai sumber bahan pengganti sel-sel tua yang usang dimakanusia.⁵ Melalui makanan yang mengandung kalorigizi tubuh manusia dapat bertahan dengan baik.

Dewasa ini Indonesia mengalami banyak kemajuan termasuk di bidang kuliner, akhirnya warung makan baik dari yang berkelas menengah kebawah sampai pada tingkat restoran berada dimana saja. Warung makan menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat ketika mereka tidak sempat membuat makanan sendiri karena kesibukan maupun ingin merasakan masakan yang belum bisa dibuat sendiri. Berbagai macam jenis warung makan yang adadibuat konsumen mempertimbangkan warung makan yang dipilih, sehingga setiap warung makan harus mempunyai cara untuk membuat konsumen memilihnya ketika ingin membeli makanan. Sangat disayangkan karena ternyata perkembangan jenis makanan tersebut juga dibarengi dengan adanya aneka bahan makanan yang seharusnya tidak digunakan, seperti dicampurkannya pada bahan makanan zat-zat yang sifatnya berbahaya untuk dikonsumsi, seperti formalin, boraks, daging tikus,

⁴*Ibid.*, h. 375.

⁵*Fungsi Makanan pada Manusia*, http://organisasi.org/fungsi_makanan_pada_manusia. Diakses pada tanggal 1 oktober 2015, Pukul 21.35 wib.

daging babi, pewarna pakaian, bahkan belum lama ini juga santer diberitakan adanya beras plastik dan merica berbahan campuran dari semen. Banyak hal jahat terjadi ketika kecurangan dilakukan oleh pelaku ekonomi (pedagang), tidak terkecuali pada pedagang di bidang konsumsi.

Konsumen di bidang kuliner jaman sekarang telah dimanjakan oleh aneka jenis makanan siap saji (*fast food*). *Fast-food* adalah jenis makanan yang dikemas, mudah disajikan, praktis, atau diolah dengan cara cepat. Makanan cepat saji umumnya diproduksi oleh industri pengolahan pangan dengan teknologi tinggi dan memberikan berbagai zat untuk mengawetkan dan memberikan cita rasa bagi produk tersebut. *Fast food* (makanan siap saji) biasanya berupa lauk-pauk yang sudah matang atau tinggal dipanaskan, mie instan, kentang goreng, dan *nugget*. Termasuk pula kedalam kategori *Fast food* adalah makanan ala Barat yang biasanya dijual di restoran-restoran khusus seperti *pizza*, *hamburger*, *fried chicken*, dan *steak*.

Perkembangan restoran cepat saji di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir meningkat tajam. Fenomena ini miris terjadi di negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam seperti di Indonesia. Makanan menempati posisi yang sangat urgen dalam Islam, tidak hanya dipandang dari kacamata kesehatan, tetapi terkait erat dengan etika moral yang berbanding lurus dengan iman dan takwa. Makanan yang masuk kedalam tubuh seseorang diyakini memiliki dampak terhadap sikap dan perilaku. Maka Islam memberi aturan untuk senantiasa memperhatikan setiap makanan yang dikonsumsi. Makanan tersebut haruslah memenuhi kriteria halal dan baik (*halâlan thayyiban*).

Masyarakat sekitar Rocket Chicken Boja yaitu di kecamatan Boja mayoritas penduduknya beragama muslim. Mayoritas konsumen yang datang pada Rocket Chicken Boja adalah konsumen yang alamatnya disekitar kecamatan Boja.⁶ Hal ini dapat dilihat dari data sebagai berikut :⁷

Tabel 1.2
Data Penduduk Kabupaten Kendal Berdasarkan Agama
Tahun 2013

Desa	Islam/Moslem	Katholik/Chatolic	Kristen/Christians	Budha/Buddhist	Hindu/Hindu
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
01. Purwogondo	3,043	0	98	0	0
02. Kaligading	3,771	46	0	0	0
03. Salamsari	1,930	7	0	1	0
04. Blimbing	2,283	19	68	0	0
05. Bebengan	6,669	164	168	0	0
06. Boja	10,866	78	644	0	0
07. Meteseh	8,785	45	317	0	0
08. Trisobo	2,515	6	74	0	0
09. Campurejo	5,699	71	63	0	0
10. Tampingan	3,599	52	11	0	0
11. Karangmanggis	1,735	12	0	0	0
12. Ngabean	5,059	9	21	0	0
13. Kliris	2,604	0	1	0	0
14. Puguh	1,620	0	0	0	0
15. Medono	918	0	0	0	0
16. Pasigitan	2,762	0	0	0	0
17. Leban	1,969	0	0	0	0
18. Banjarejo	2,653	9	63	0	0
Jml/Total 2013	68,480	1,528	518	1	0
2012	68,044	1,521	506	1	0
2011	69,382	1,521	513	1	0

Sumber data : BAPPEDA Kabupaten Kendal

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk di kecamatan Boja mencapai 70.527 orang, beragama Islam sebanyak 68.480 orang yaitu 97,09%, lebih dari setengahnya dari jumlah penduduk. Untuk menjamin dan

⁶*Ibid.*

⁷ BAPPEDA Kabupaten Kendal, *Kecamatan Boja dalam Angka Tahun 2013*, BPS Kabupaten Kendal, h. 74-75

meyakinkan konsumen tentang kehalalan produknya, Rocket Chicken Boja telah mendapatkan sertifikat halal dari pemerintah. PT Rocket Chicken Indonesia mendapatkan sertifikat untuk pertama kalinya pada periode 28 desember 2013–28 desember 2015. Sertifikat halal yang diperoleh dipajang pada tempat yang strategis sehingga mudah ditemukan oleh semua konsumen ketika sedang memesan makanan atau minuman.

Konsumen muslim adalah konsumen yang diharuskan mengkonsumsi makanan yang halal dan baik. Untuk memilih produsen dibidang kuliner termasuk pada produsen *fast food* yang terjamin kehalalannya adalah dengan mengetahui bahwa pada tempat tersebut terdapat sertifikat halal.

Sertifikasi halal dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan pengujian secara sistematis untuk mengetahui apakah suatu barang yang diproduksi oleh perusahaan telah memenuhi ketentuan halal atau tidak. Kemudian hasil dari kegiatan sertifikasi halal adalah diterbitkannya sertifikat halal apabila produk yang dimaksudkan telah memenuhi ketentuan sebagai produk halal. Di Indonesia lembaga yang berwenang melaksanakan Sertifikasi Halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang secara teknis ditangani oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM).

Konsumen muslim dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi pada warung makan *fast food*, yaitu produk yang perusahaannya memiliki sertifikat halal. Tapi masih banyak masyarakat membeli produk yang akan dikonsumsi dengan berfikir bahwa produk yang diproduksi secara langsung dari bahan baku yang haram maka produk tersebut haram untuk dikonsumsi, tapi

tidak berfikir lebih luas bahwa ada hal lain bisa berpengaruh terhadap kehalalan produk yang secara fisik halal, yaitu ada bahan campuran yang dipakai, proses ketika memproduksi, dan lain-lain. Sebagian masyarakat juga memutuskan untuk membeli sebuah produk karena faktor lain (misal: harganya murah, rasanya enak, dan lain-lain) tanpa memperhatikan kehalalan produk secara menyeluruh. Perilaku umat Islam yang mulai menggemari makanan cepat saji menunjukkan adanya pergeseran budaya dan persepsi di kalangan umat terhadap makanan yang ada.

Allah telah mengatur segala sesuatu yang diperbolehkan, dilarang, dihindari maupun dijauhi, termasuk perintah untuk menjauhi mengkonsumsi yang haram. Pemahaman dan kepedulian seseorang tentang makanan yang boleh dikonsumsi menurut hukum Islam secara pasti halal adalah berbeda. Jaminan kehalalan pada suatu tempat makan sangat penting dalam Islam pada jaman sekarang ini, karena telah banyak diberitakan adanya bahan-bahan berbahaya atau tidak layak digunakan di campurkan pada bahan makanan dan minuman. Tetapi banyak konsumen muslim yang tidak mengindahkan hal tersebut, karena tidak mempedulikannya. Terbukti berdasarkan wawancara dengan beberapa karyawan di Rocket Chicken Boja, bahwa mereka sama sekali tidak pernah menemui konsumen yang menanyakan tentang status kehalalan atau jaminan halal pada semua produk di Rocket Chicken Boja. Peneliti juga bertanya kepada teman-teman terdekat yang pernah membeli produk di Rocket Chicken cabang mana saja bahwa ternyata mereka tidak tahu di Rocket Chicken tersebut ada sertifikat halalnya atau tidak.

Padahal sebagai umat Islam yang baik dan cerdas, seharusnya konsumen muslim mengimplementasikan syariat atau hukum dari Allah yang memerintahkan untuk memperhatikan makanannya, seperti ayat berikut: ⁸

فَلْيَنْظُرِ الْإِنْسَانُ إِلَى طَعَامِهِ

Artinya: Maka hendaklah manusia itu memperhatikan makanannya. (Q.s ‘Abassa ayat 24)

Salah satu caranya adalah dengan mulai sejak dini mengkonsumsi segala sesuatu yang sudah pasti halal, lebih spesifiknya adalah memperhatikan ada atau tidaknya sertifikat halal pada *restaurant fast food* seperti Rocket Chicken dimana bahan-bahan yang digunakan adalah beberapa macam yang harus diwaspadai, ayamnya sudahkah disembelih dengan syari’at Islam?, proses pembuatannya sudahkah halal?, bahan campurannya apakah semuanya halal?. Ketidak pedulian konsumen muslim terhadap pentingnya sertifikat halal dapat dikatakan bahwa mereka kurang memperhatikan perintah Allah untuk menghindari mengkonsumsi yang haram dan memperhatikan makanannya secara lebih selektif, waspada, dan jeli. Karena disesuaikan dengan perkembangan jaman global yang menawarkan apa saja seperti saat ini.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis memutuskan untuk membuat penelitian yang berjudul: **Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus pada Konsumen Muslim di PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)**

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, Bandung: Diponegoro, 2004, h. 468.

B. Rumusan Masalah:

Dari penjelasan Latar belakang permasalahan diatas maka rumusan masalahnya adalah bagaimana pemahaman dan persepsi konsumen muslim di PT. Rocket Chicken Boja tentang sertifikat halal?

C. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian pasti memiliki tujuan tertentu, dan dengan rumusan masalah diatas maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pemahaman dan persepsi konsumen muslim di PT. Rocket Chicken Boja tentang sertifikat halal.

D. Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Akademisi

Dengan penelitian ini penulis mengharapkan dapat berguna untuk mengangkat permukaan tentang pentingnya sertifikat halal pada jaman global ini. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat pula bermanfaat pula bagi seluruh akademisi khususnya sebagai bahan informasi dan bahan penelitian tentang persepsi, makanan halal, dan sertifikat halal.

2. Bagi Masyarakat Umum

Penulisan skripsi ini juga bertujuan untuk menambah wawasan kepada masyarakat luas bahwa dalam menghadapi beberapa masalah kecurangan yang dilakukan oleh produsen dibidang kuliner dan sebagai konsumen yang cerdas adalah dengan membeli produk yang ada jaminan kehalalannya agar bukan saja mematuhi aturan agama tetapi juga tidak resah terhadap apa yang dikonsumsi.

3. Penulis

Diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman penulis tentang persepsi konsumen terhadap kriteria makanan halal dan sertifikat halal.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk memudahkan penulis dalam menyusun penelitian ini, penulis melakukan tinjauan pustaka dari berbagai buku dan karya ilmiah yang membahas tentang persepsi, makanan halal, sertifikat halal, dan lain-lain. Adapun penelitian tentang kehalalan produk adalah sebagai berikut:

1. Jurnal Ilmiah dari Eko Fitriantini yang berjudul “Pelaksanaan Sertifikat Halal di Hotel dan Restoran di Wilayah Kota Mataram dan Lombok Barat”.⁹

Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan sertifikasi halal, faktor-faktor penyebab pemilik hotel dan restoran tidak mengurus sertifikat halal dan upaya MUI untuk mengatasi masalah tersebut. Penelitiannya menggunakan jenis penelitian *Normatif Empiris*. Dari jumlah 863 hotel hanya 7 hotel yang telah bersertifikat halal. Sedangkan dari jumlah 803 restoran hanya 6 restoran yang bersertifikat halal, kecuali 1 restoran belum melakukan perpanjangan.

Hasil dari penelitiannya adalah Faktor-faktor penyebab tidak mengurus sertifikat halal, yaitu biaya mahal, meyakini produk makanannya benar halal, mekanismenya terlalu rumit dan lama, hanya mengetahui Dinas

⁹ Eko Fitriantini, *Pelaksanaan Sertifikat Halal di Hotel dan Restoran di Wilayah Kota Mataram dan Lombok Barat*, 2010, <https://www.google.com/search?q=+Pelaksanaan+Sertifikat+Halal+di+Hotel+dan+Restoran+di+Wilayah+Kota+Mataram+dan+Lombok+Barat&ie=utf-8&oe=utf-8>, diunduh 12 september 2015 pukul 20.37 wib.

Kesehatan yang melakukan pemeriksaan serta kurangnya sosialisasi dari MUI. Upaya MUI masih sebatas melakukan sosialisasi mengenai sertifikasi halal.

Penelitian dari Eko Fitriani ini hanya lebih meneliti kepada seberapa banyak hotel dan restoran yang tidak mempunyai sertifikat halal dan label halal beserta alasannya. Sangat jauh berbeda dengan penelitian penulis karena penulis meneliti persepsi konsumen muslim pada Rocket Chicken Boja apakah peduli atau tidak terhadap adanya sertifikat halal.

2. Aris Prisma Sandi dengan Jurnal Manajemen Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang berjudul "*Persepsi Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Minuman Berenergi*".¹⁰

Tujuan dari Penelitian tersebut adalah untuk mengetahui persepsi dan korelasi label halal terhadap keputusan pembelian konsumen pada minuman berenergi. Penelitian tersebut membahas tentang perhatian, pemahaman, dan ingatan secara stimulan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan diantara ketiga variabel tersebut, hanya variabel pemahaman saja yang tidak parsial terhadap variabel dependen. Tingkat hubungan atau korelasi antar variabel perhatian, pemahaman, ingatan dengan variabel keputusan pembelian kuat. Dilihat daribesaran R Square perhitungan regresi sebesar 0,891 atau 89,1%.

¹⁰ Aris Prisma Sandi, *Persepsi Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Minuman Berenergi*, Universitas Muhammadiyah Malang, 2013, <https://www.google.com/search?q=Persepsi+Label+Halal+terhadap+Keputusan+Pembelian+Konsumen+pada+Produk+Minuman+Berenergi>, diunduh 16 Agustus 2015 pukul 09.57 wib.

Penelitian dari sandi dkk ini sama-sama meneliti tentang persepsi namun bukan sertifikat halal tetapi label halal dengan menghubungkan pengaruh persepsi tersebut terhadap keputusan pembelian, sedangkan pada penelitian ini penulis hanya ingin mengetahui bagaimana persepsi konsumen saja apakah sertifikat halal penting atau tidak untuk mereka, tidak mencari tau apakah berpengaruh kepada keputusan yang diambil oleh konsumen.

3. Skripsi dari Muhammad Kholiq yang berjudul “Studi Analisis Terhadap Produk Makanan Dan Minuman Olahan Yang Belum Bersertifikat Halal (Studi Kasus Pada IKM di Kota Semarang)”¹¹

Penelitian Muhammad Kholiq ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Apa hokum produk makanan dan minuman olahan yang belum bersertifikat halal, 2) Alasan mengapa produk makanan dan minuma nolahan pada IKM di Kota Semarang belum bersertifikat halal. Menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yang didasarkan studi kasus pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kota Semarang. Penelitiannya mengambil perhatian pada masalah alasan mengapa produk makanan dan minuman olahan pada IKM di Kota Semarang belum bersertifikat halal. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi, sedangkan tehnik analisis data yang digunakan adalah deskriptif analitik dengan pola berfikir induktif. Setelah data-data

¹¹ Muhammad Kholiq, Studi Analisis Terhadap Produk Makanan Dan Minuman Olahan Yang Belum Bersertifikat Halal (Studi Kasus Pada IKM di Kota Semarang), IAIN Walisongo Semarang, 2010, <https://www.google.com/search?q=Studi+Analisis+T+erhadap+Produk++Makanan+Dan+Minuman+Olahan++Yang+Belum+Bersertifikat+++Halal&ie=utf-8&oe=utf-8>, diunduh 23 Agustus 2015 pukul 22.46 wib.

dikumpulkan, dijelaskan kemudiandian alisis sehingga mendapatkan hasil yang diharapkan untuk kemudian diambil suatu kesimpulan sebagai hasil akhir.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa: 1) Produk makanan dan minuman olahan yang belum bersertifikat halal merupakan produk yang hukumnya tidak jelas halal haramnya sehingga perlu diketahui kejelasan kehalalannya, 2) Adabeberapa faktor yang mempengaruhi alasan mengapa produk makanan dan minuman olahan pada IKM di Kota Semarang belum bersertifikat halal yaitu: a) Sosialisasi sertifikat halal, b) Kondisi ekonomi perusahaan (IKM) dan biaya sertifikasi halal, c) Pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap produk halal dan sertifikat halal, serta d) Undang-undang dan peraturan pemerintahan.

Kesamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian penulis adalah sama-sama mengangkat tema sertifikat halal, namun banyak perbedaannya yaitu hampir sama dengan jurnal Sandi dkk bahwa disini Kholiq mengangkat tentang alasan mengapa suatu produk tidak mempunyai sertifikat halal dan bagaimana hukumnya, sedangkan pada penelitian ini penulis ingin mengetahui persepsi konsumen tentang sertifikat halal, apakah penting atau tidak untuk mereka.

4. Skripsi dari Reza Ahmadiansah dari STAIN Salatiga yang berjudul “Persepsi Mahasiswi STAIN Salatiga Tentang Busana Muslimah”.¹²

¹² Reza Ahmadiansah, Persepsi Mahasiswi STAIN Salatiga Tentang Busana Muslimah, STAIN SALATIGA, 2010, <https://www.google.com/search?q=Persepsi+Mahasiswi+STAIN+Salatiga+Tentang+Busana+Muslimah&ie=utf-8&oe=utf-8>, diunduh 12 September 2015 pukul 01.32 wib.

Titik fokus penelitian dari Reza adalah bertujuan: (1) untuk mengetahui pemahaman mahasiswi STAIN Salatiga tentang busana muslimah, (2) untuk mengetahui mahasiswi STAIN Salatiga memahami busana muslimah sebagai kewajiban seorang muslimah, (3) untuk mengetahui pemahaman mahasiswi STAIN Salatiga dalam menggunakan busana muslimah.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara terhadap mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam angkatan 2008, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga, mengenai persepsi mereka tentang busana Muslim, Reza mencoba menilai pemahaman mahasiswi STAIN terhadap busana muslim dengan mengaitkan teori yang ada, sehingga peneliti dapat mengklasifikasikan jawaban informan dalam tiga karakter yaitu *pertama* mahasiswi yang paham terhadap busana muslimah sesuai dengan kaidah hukum Islam dan mereka mampu untuk mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari, *kedua*, mahasiswi yang memiliki pemahaman tentang busana muslimah sesuai dengan kaidah hukum Islam, akan tetapi dalam pengamalannya mahasiswa dalam karakter ini lebih fleksibel, artinya belum sepenuhnya mereka menggunakan busana muslimah dengan baik. *Ketiga*, mahasiswi yang kurang memahami busana muslimah sesuai dengan kaidah hukum Islam, artinya pemahaman yang masih sepotong dan lebih cenderung busana yang digunakan adalah busana modern yang jauh dari koridor busana muslimah.

Reza meneliti tentang pemahaman dan persepsi mahasiswa tentang busana muslimah, penulis meneliti tentang pemahaman tentang sertifikat halal menurut konsumen muslim dan persepsi terhadap sertifikat halalnya, kesamaannya adalah penulis dengan Reza meneliti hanya sebatas mencari tahu persepsi apa saja yang diungkapkan oleh informan lalu diklasifikasikan. Perbedaannya adalah Reza meneliti tentang Busana muslim, penulis meneliti tentang sertifikat halal.

F. Fokus Penelitian dan Penegasan Teori

Persepsi adalah proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan kedalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia.¹³

Sertifikasi halal dapat didefinisikan sebagai proses pemeriksaan secara rinci terhadap kehalalan produk yang selanjutnya diputuskan kehalalannya dalam bentuk fatwa MUI.

Persepsi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tanggapan atau pendapat seorang individu tentang sesuatu hal berdasarkan apa yang ia mengerti.

Konsumen harus menjauhi makanan maupun minuman haram, sehingga kewaspadaan konsumen harus dilakukan dalam melakukan pemilihan makanan yang akan dikonsumsi karena hal ini berhubungan dengan pertanggung jawaban kepada Allah Swt.

¹³Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006, h. 29.

Memperhatikan makanan berarti mewaspadaai makanan yang berkemungkinan mengandung unsur-unsur haram, mewaspadaai adalah salah satu bentuk dari implementasi nyata terhadap hukum Islam, yang dimaksud mewaspadaai disini adalah selektif dan memperhatikan apa-apa yang menjadikan alasan sehingga suatu makanan atau minuman dapat dikatakan benar-benar halal.

Seorang konsumen muslim menganggap sertifikat halal penting apabila mereka mengimplementasikannya dalam bentuk peduli terhadap sertifikat halal, dan hal tersebut bisa dilihat dari beberapa indikator yang kemudian dikembangkan menjadi beberapa pertanyaan wawancara. Sehingga dari pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa konsumen muslim (sebagai informan) peduli atau tidak terhadap sertifikat halal ketika membeli dan akhirnya penting atau tidak pentingnya sertifikat halal bagi mereka dapat dilihat dari sikap konsumen tersebut. Peneliti sengaja tidak memberikan pertanyaan penting atau tidaknya sertifikat halal menurut konsumen karena hal tersebut bisa disimpulkan berdasarkan beberapa jawaban dari konsumen.

Adapun indikator dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui tentang sertifikat halal
2. Tidak yakin dengan kehalalan produk jika belum melihat sertifikat halal yang menyertainya

فَلْيَنْظُرِ الْإِنْسَانُ إِلَى طَعَامِهِ ۗ

*Artinya: Maka hendaklah manusia itu memperhatikan makanannya. (Qs. 'Abassa: 24)*¹⁴

G. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Tujuan utama dalam menggunakan metode ini adalah untuk menggambarkan tentang persepsi Konsumen muslim di PT Rocket Chicken cabang Boja Kendal terhadap sertifikat halal. Metode Penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, metode penelitian ini disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola).¹⁵

Penelitian ini disusun dengan serangkaian cara, ada beberapa hal yang perlu dijelaskan berkaitan dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal berlokasi di Jl. Pemuda no 234 Boja, Kabupaten Kendal.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan antropologis yaitu meneliti tentang manusia baik fisik maupun non fisik, pendekatan antropologis dalam memahami agama (dalam penelitian ini tentang sertifikat halal) adalah salah satu upaya memahami materi agama dengan cara melihat wujud praktek keagamaan yang tumbuh dan berkembang

¹⁴*Ibid.*, h. 468.

¹⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012, h.7.

dalam masyarakat secara langsung. Peneliti mencoba untuk menjelaskan praktek masyarakat mengenai kegiatan mereka yang berkaitan dalam agama dari masalah yang ada sampai pada memerikan jawaban dari masalah tersebut.

3. Sumber dan jenis data

Sumber data ada dua, yaitu primer dan sekunder. Data primer adalah yang berasal langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti.¹⁶ Pengertian lain dari data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber data asli (tidak melalui perantara).¹⁷ Data primer pada penelitian ini adalah wawancara langsung kepada informan tentang pertanyaan-pertanyaan yang menjadi alat pengumpulan data untuk dianalisis dalam penelitian sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Penelitian dilakukan pada konsumen muslim di PT. Rocket Chicken Indonesia cabang Boja Kendal yang bergerak dibidang *fast food restaurant* dengan upaya untuk memberikan pembuktian mengenai kurang peduli dan memperhatikannya konsumen muslim pada kehalalan produk yang ingin konsumsi dengan ada atau tidaknya sertifikat halal.

Sedangkan data sekunder yaitu data yang tidak didapatkan secara langsung oleh peneliti tetapi diperoleh dari orang atau pihak lain, misalnya berupa dokumen, laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian, artikel,

¹⁶Tim Penyusun, *Pedoman Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, Universitas Islam Negri Walisongo Semarang. h. 2.

¹⁷Nur Indriantoro, Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta: BPFE, cetakan kedua, 2002, h. 146.

dan majalah ilmiah yang masih berkaitan dengan materi penelitian.¹⁸ Pengertian lain juga menerangkan bahwa data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).¹⁹ Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.²⁰

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa hasil wawancara kepada supervisor tentang jumlah pendapatan dan profil perusahaan yang diperoleh dari data rekapitulasi perusahaan dan data administrasi perusahaan. Dan berupa buku, jurnal, skripsi, maupun web yang bisa digunakan untuk mendukung penelitian.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu sebuah penelitian yang data-data pokoknya digali melalui pengamatan-pengamatan dan sumber-sumber data dilapangan dan bukan berasal dari sumber-sumber kepustakaan. Penelitian dilakukan dengan berada langsung pada objeknya, sebagai usaha untuk mengumpulkan data dan berbagai informasi. Dengan kata lain peneliti turun dan berada di lapangan atau berada langsung dilingkungan yang mengalami masalah atau yang akan diperbaiki atau disempurnakan.²¹

4. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan salah satu metode *non probability* (teknik pengambilan

¹⁸*Ibid.*

¹⁹Tim Penyusun, *Pedoman Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, h. 2.

²⁰Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1991, h.87-88.

²¹Hadari Nawawi dan Mimi Martini, *Penelitian Terapan*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1996, h. 24.

sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel).²² Teknik pengumpulan sampelnya adalah *Purposive Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Ukuran besar sampel pada studi ini menggunakan dasar dari penelitian Nesya dalam Sugiono yang menyatakan bahwa ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian, dimana sampel dipecah ke dalam sub sampel; (pria/wanita, dsb) ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.²³

Penelitian ini menentukan 32 informen berdasarkan perhitungan berikut:

Rata-rata jumlah pengunjung pada Rocket Chicken cabang Boja adalah 80 orang (2400/bulan). Sampel dari jumlah populasi diatas 1000 adalah 10-15%. 10% dari 2400 adalah 240 orang (jumlah sampel satu bulan) sehingga sampel perhari adalah 8 orang. Peneliti melakukan penelitian selama 4 hari, maka jumlah sampelnya adalah 32 orang. Peneliti sengaja menemui konsumen muslim yang pernah membeli produk di Rocket Chicken Boja sesuai dengan kebutuhan peneliti dengan pertimbangan bahwa setiap informan yang ditemui dengan profesi berbeda mewakili satu profesi karena konsumen muslim pada Rocket Chicken Boja memiliki berapa profesi. Mayoritas pelanggan pada Rocket Chicken Boja yaitu berprofesi sebagai:²⁴

- 1) Ibu rumah tangga
- 2) SPG
- 3) Pekerja Pabrik
- 4) Pedagang

²² Tim Penyusun, *Pedoman Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, h. 21.

²³ Nesya Kasami Rahayu Yohanna, *Persepsi Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Susu Sapi Perah di Kota Malang*, Universitas Brawijaya Malang, 2010.

²⁴ Wawancara dengan Supervisor Rocket Chicken Boja Kendal. 12 September 2015 pukul 15.48-16.32.

- 5) Pelajar/Mahasiswa
- 6) Pegawai Negri Sipil
- 7) Sales

Ketika melakukan penelitian, penulis mendatangi siapa saja yang sedang berkunjung di Rocket Chicken Boja pada saat itu dengan menyeleksi kemungkinan profesi yang berbeda berdasarkan penampilan (pakaian pengunjung). Peneliti menentukan sampel ibu Rumah tangga dan SPG dengan jumlah yang lebih banyak dibandingkan profesi lain karena berdasarkan wawancara dengan Supervisor Rocket Chicken Boja mayoritas pengunjungnya adalah ibu-ibu dan SPG yang berada di *ANEKA JAYA* Boja.

Representatif-tidaknya sampel berdasarkan sifat atau ciri populasi tetap memerlukan pertimbangan terpenting dalam memilih sampel, sampel yang besar akan tetapi kurang mempertimbangkan representatif-tidaknya sampel berdasarkan sifat akan memungkinkan terlahirnya inferensi yang salah.²⁵ Persepsi konsumen muslim terhadap pentingnya sertifikat halal pada penelitian ini tidak dijadikan penulis sebagai acuan untuk diambil kesimpulan berdasarkan prosentase karena adanya kesulitan ketika mengambil jumlah populasi konsumen muslim pada Rocket Chicken Boja, karena perusahaan tidak bisa menentukan secara pasti jumlah pengunjung, sehingga dalam pengambilan sampel dengan

²⁵ Sanapiah Faisal, *Format-Format Penelitian Sosial*, h. 70.

tepat berdasarkan populasi untuk dipersentasikan sulit dan akhirnya penelitian ini menggunakan analisis data secara kualitatif.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah:

1) Wawancara

Metode wawancara adalah metode yang dilakukan dengan teknik pengumpulan data yang pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai.²⁶ Metode ini menggunakan alat disebut dengan pedoman wawancara.²⁷ Keunggulan dari metode ini adalah informan tidak dibatasi oleh pilihan jawaban yang ditentukan oleh peneliti, sehingga pendapatnya bisa disampaikan dengan lebih luas. Wawancara dapat dilakukan secara tatap muka antara peneliti dan yang diteliti maupun dengan menggunakan media komunikasi.²⁸

Informasi yang diperoleh dari wawancara bermanfaat dalam menetapkan pemahaman ke dalam lingkungan terbatas dari realitas sosial.²⁹ Penelitian ini dalam pengumpulan datanya melakukan wawancara secara langsung pada obyek yang bersangkutan, yaitu konsumen muslim Rocket Chicken Boja Kendal.

2) Dokumentasi

²⁶Husein Umar, *Research Method in Finance and Banking*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002, h.116.

²⁷ Sanapiah Faisal, *Format-Format Penelitian Sosial*, h. 52.

²⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, h. 12.

²⁹ James A. Black dan Dean J. Champion, *Metode dan Masalah Penelitian Sosial*, Bandung: PT Eresco, 1992, 308.

Dokumentasi dilakukan dengan cara pengumpulan beberapa informasi pengetahuan, fakta dan data. Dengan demikian maka dapat dikumpulkan data-data dengan kategorisasi dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik dari sumber dokumen, buku-buku, jurnal ilmiah, koran, majalah *website*, dan lain-lain.³⁰

Pada penelitian ini penulis mewawancarai karyawan (Supervisor dan Kasir) tentang profil perusahaan dan data-data administrasi. Selain itu, data dokumentasi diperoleh dari buku, jurnal, skripsi, dan web.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis adalah:

1) Deskriptif

Model pendekatan deskriptif dalam penyelidikan bertumpu pada observasi dan wawancara, maka strategi analisisnya masih menurut pemaknaan perspektif.³¹ Penelitian deskriptif dimaksud untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai sesuatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti.³² Analisis deskriptif yaitu menggambarkan sifat atau keadaan yang dijadikan obyek dalam penelitian.

Deskriptif berarti menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu

³⁰ *Ibid.*, h. 13.

³¹ Sonny Leksono, *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, Cet. I, 2013, h. 184.

³² Sanapiah Faisal, *Format-Format Penelitian Sosial*, h. 20.

individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu, dan untuk menentukan frekuensi penyebaran suatu gejala dengan gejala lain dalam masyarakat. Sebagai tindak lanjut pengumpulan data, maka analisis data menjadi sangat signifikan untuk menuju penelitian ini dan dalam menganalisa data penulis menggunakan metode deskriptif analitik. Kerja dari metode deskriptif analitik adalah dengan cara menganalisis data yang diteliti dengan memaparkan data-data tersebut kemudian diperoleh kesimpulan.³³

Metode deskriptif analitik ini akan penulis gunakan untuk melakukan pelacakan dan analisa melakukan penelitian lapangan secara langsung kepada beberapa konsumen muslim Rocket Chicken Boja untuk membahas lebih mendalam tentang persepsi mereka terhadap pentingnya sertifikat halal.

H. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, pembahasannya dibagi menjadi beberapa bab, yaitu:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, penerapan teori, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan,

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi penjelasan tentang persepsi, konsumen muslim, dan sertifikat halal.

³³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002, h. 51.

BAB III GAMBARAN UMUM TENTANG LOKASI DAN OBJEK PENELITIAN

Berisi tentang profil Perusahaan (PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal) dan temuan penelitian konsumen muslim pada Rocket Chicken Boja

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang hasil dari penelitian yang berisi Tinjauan persepsi konsumen muslim di PT Rocket Chicken Indonesia cabang Boja terhadap sertifikat halal dan Analisis Data

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran-saran yang ditunjukkan kepada pihak yang terkait dalam penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi Konsumen Muslim

Persepsi menurut Bilson Simamora adalah “Bagaimana kita melihat dunia sekitar kita”.³⁴ Jalaludin Rahmat menjelaskan bahwa persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.³⁵ Sementara menurut Philip Kotler dalam buku Muhammad Muflih persepsi adalah proses yang digunakan seorang individu untuk memilih, mengelola dan menafsirkan suatu input informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang memiliki arti.³⁶ Adapun persepsi tersebut sangat mungkin untuk dipengaruhi oleh berbagai harapan dan keinginan, berbagai macam kebutuhan, ide-ide yang tersembunyi atau tanpa disadari, dan juga oleh nilai-nilai yang berlawanan. Setiap orang berkecenderungan untuk memahami perintah berdasarkan pengalaman mereka.

Berdasarkan pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi adalah proses yang dialami oleh individu dengan bagaimana proses yang dirasakan kemudian mempengaruhi dalam memberi makna terhadap apa yang telah diketahui, lewat panca indera yang memberikan kesan bagi mereka untuk memberi penafsiran bagi lingkungannya.

³⁴ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2002, h.102.

³⁵ Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT Rosdakarya, 1998, h.51.

³⁶ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT.Raja GrafindoPersada, 2006, h. 9.

Sedangkan dalam terminologi buku ilmu jiwa lama, persepsi disebut sebagai tanggapan, yaitu kenangan kepada pengamatan yang sifatnya tidak terikat kepada waktu, tanpa rangsangan, bersifat perseorangan dan berlangsung selama seseorang perhatiannya tertuju kepada suatu benda.³⁷Tanggapan menurut kamus besar bahasa indonesia adalah penerimaan, sambutan, reaksi.³⁸ Sedangkan menurut etimologi adalah gambaran pengamatan yang adadan tinggal dalam kesadaran kita sesudah mengamati.³⁹

2. Syarat terjadinya persepsi

Berikut adalah syarat terjadinya persepsi:⁴⁰

a. Adanya objek yang dipersepsi

Objek atau sasaran yang diamati akan menimbulkan stimulus atau rangsangan yang mengenai alat indera. Objek dalam hal ini adalah persepsi masyarakat tentang pendidikan.

b. Adanya indera atau resepsi

Alat indera yang dimaksud adalah alat indera untuk menerima stimulus yang kemudian diterima dan diteruskan oleh syaraf sensoris yang selanjutnya akan disampaikan ke susunan syaraf pusat sebagai pusat kesadaran. Oleh karena itu masyarakat diharapkan memiliki panca indera yang cukup baik sehingga stimulus yang akan diterima akan diteruskan kepada susunan syaraf otak dan berujung pada persepsi yang berkualitas pada objek.

³⁷ Ahmad Gazali, *Ilmu Jiwa*, Bandung: Ganaco NV, 1981, h.36.

³⁸ Badudu Zain, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996, h. 1427.

³⁹ Agus Sujanto, *Psikologi Umum*, Jakarta: Bumi Aksara, 1991, h. 38.

⁴⁰ Walgito, *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 1999, h.73.

c. Adanya perhatian

Perhatian adalah langkah awal atau kita sebut sebagai persiapan untuk mengadakan persepsi. Perhatian merupakan penyeleksian terhadap stimulus, oleh karena itu apa yang diperhatikan akan betul-betul disadari oleh individu dan dimengerti oleh individu yang bersangkutan. Persepsi dan kesadaran mempunyai hubungan yang positif, karena makin diperhatikan objek oleh individu maka objek tersebut akan makin jelas dimengerti oleh individu itu sendiri.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Benda sama yang ditunjukkan pada beberapa individu mungkin bisa berbeda setiap individu dalam mempersepsikannya karena faktor yang bekerja berbeda ketika menerima maupun menafsirkannya.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut:⁴¹

b. Perhatian.

Biasanya kita tidak menangkap seluruh rangsang yang ada disekitar kita sekaligus, tetapi kita memfokuskan perhatian kita pada satu dua obyek saja.

c. Set.

Set adalah harapan seseorang akan rangsang yang akan timbul.

d. Kebutuhan.

⁴¹Sarwono, *Pengantar Umum Psikologi*, Jakarta: Bulan Bintang, 1996, h. 43-44.

Kebutuhan-kebutuhan sesaat maupun yang menetap pada diri seseorang, akan mempengaruhi persepsi orang tersebut. Dengan demikian, kebutuhan-kebutuhan yang berbeda, akan menyebabkan pula perbedaan persepsi.

e. Sistem Nilai.

Sistem nilai yang berlaku dalam suatu masyarakat berpengaruh pula terhadap persepsi.

f. Ciri Kepribadian.

Ciri kepribadian akan mempengaruhi pula persepsi.

g. Gangguan Kejiwaan.

Gangguan kejiwaan dapat menimbulkan kesalahan persepsi yang disebut *halusinasi*. Berbeda dari ilusi, halusinasi bersifat individual, jadi hanya dialami oleh penderita yang bersangkutan saja.

4. Konsumen Muslim

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda).⁴² Amerika Serikat mengemukakan pengertian "konsumen" yang berasal dari *consumer* berarti "pemakai", namun dapat juga diartikan lebih luas lagi sebagai "korban pemakaian produk yang cacat", baik korban tersebut pembeli, bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai, karena perlindungan hukum

⁴²Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, h. 22.

dapat dinikmati pula oleh korban yang bukan pemakai.⁴³ Ada beberapa batasan tentang konsumen, yaitu:⁴⁴

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu;
- b. 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.
- c. 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 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

⁴³Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran)*, Nusa Media, Bandung, 2008, h. 7.

⁴⁴*Opcit.*, h.25.

diperdagangkan".⁴⁵ Dari pengertian konsumen diatas, makadapat kita kemukakan unsur-unsur definisi konsumen:⁴⁶

a. Setiap Orang

Subjek yang disebut sebagaikonsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan atau jasa. Istilah "orang" disini tidak dibedakan apakah orang individual yang lazim disebut *natuur lijke persoon* atau termasuk juga badan hukum (*rechtspersoon*). Oleh karena itu, yang paling tepat adalah tidak membatasi pengertian konsumen sebatas pada orang perseorangan, tetapi konsumen harus mencakup juga badan usaha dengan makna lebih luas dari pada badan hukum.

b. Pemakai

Kata "pemakai" dalam bunyi Penjelasan Pasal 1 angka (2) UU Perlindungan Konsumen diartikan sebagai konsumen akhir (*ultimate consumer*).

c. Barang dan atau jasa

UU Perlindungan Konsumen mengartikan barang sebagai benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, bergerak maupun tidak bergerak, benda yang dapat dihabiskan maupun yang tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Sementara itu, jasa diartikan sebagai setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

⁴⁵*Ibid.*, 27.

⁴⁶*Ibid.*, 27-28.

d. Yang tersedia bagi Masyarakat

Barang jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia dipasaran. Namun, di era perdagangan sekarang ini, syarat mutlak itu tidak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen. Misalnya, perusahaan pengembang (*developer*) perumahan telah biasa mengadakan transaksi konsumen tertentu seperti *futures trading* dimana keberadaan barang yang diperjual belikan bukan sesuatu yang diutamakan.

e. Bagi Kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lain

Transaksi konsumen ditujukan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lain seperti hewan dan tumbuhan.

f. Barang dan atau jasa itu tidak untuk diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam UUPK ini dipertegas, yakni hanya konsumen akhir yang menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya, keluarganya, atau pada umumnya untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya (keperluan *non-komersial*).

Berdasarkan definisi diatas, maka sesuai dengan pengertian bahwa konsumen adalah pengguna terakhir, tanpa melihat apakah si konsumen adalah pembeli dari barang dan atau jasa tersebut.⁴⁷ Hal ini juga sejalan dengan pendapat dari pakar masalah konsumen di Belanda, Hondius yang menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa

⁴⁷Abdul Halim Barkatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran*, Bandung: Nusa Media, 2008, h. 8.

(pengertian konsumen dalam arti sempit).⁴⁸

Jadi konsumen muslim adalah seorang pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa yang beragama Islam. Sehingga persepsi konsumen muslim dapat didefinisikan sebagai proses yang dialami oleh seorang pemakai produksi terakhir dari benda atau jasa yang beragama Islam dalam memberi makna terhadap apa yang telah diketahui, lewat panca indera yang memberikan kesan bagi mereka untuk memberi makna bagi lingkungannya. Proses yang dialami oleh masing-masing konsumen mungkin bisa sama, tapi yang dirasakan oleh masing-masing individu bisa berbeda sehingga penafsiran setiap individu terhadap sesuatu yang sama bisa saja berbeda dalam menanggapi.


Konsumen muslim yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konsumen muslim pada Rocket Chicken Boja Kendal.

B. Sertifikat Halal

1. Pengertian Sertifikat Halal

Sertifikasi halal dapat didefinisikan sebagai proses pemeriksaan secara rinci terhadap kehalalan produk yang selanjutnya diputuskan kehalalannya dalam bentuk fatwa MUI.

Perintah untuk umat muslim hanya mengonsumsi mengonsumsi makanan yang halal adalah salah satunya tercantum dalam firman Allah:

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

⁴⁸ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia edisi Revisi 2006*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006, h. 3.

*Artinya: Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya. (QS.Al-Mai'dah: 88)*⁴⁹

Ayat diatas bukan saja menyatakan bahwa mengkonsumsi yang halal hukumnya wajib karena merupakan perintah agama, tetapi menunjukkan juga hal tersebut merupakan salah satu bentuk perwujudan dari rasa keimanan kepada Allah. Sertifikat halal sebagai penjamin status kehalalan produk adalah solusi bagi konsumen muslim yang selektif dan teliti terhadap makanan yang akan dikonsumsi.

2. Sertifikasi Halal

a. Ketentuan sertifikat halal

Majelis Ulama Indonesia(MUI) yang merupakan wadah musyawarah para ulama dan cendekiawan muslim dipandang sebagai lembaga paling berkompeten dalam pemberian jawaban masalah sosial keagamaan yang senantiasa timbul dihadapi masyarakat Indonesia. Hal ini mengingat bahwa lembaga ini merupakan wadah bagi semua umat Islam Indonesia yang beraneka ragam kecenderungan dan madzhabnya, oleh karena itu fatwa yang dikeluarkan oleh MUI diharapkan dapat diterima oleh seluruh kalangan dan lapisan masyarakat, serta diharapkan pula dapat menjadi acuan pemerintah dalam pengambilan kebijaksanaan.

⁴⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Diponegoro, 2004, h. 97.

Salah satu wujud nyata dari upaya MUI adalah dengan dibentuknya lembaga pengkajian pangan, obat-obatan, dan kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LP.POMMUI). Fungsi dari lembaga ini adalah melakukan penelitian, audit dan pengkajian secara seksama dan menyeluruh terhadap produk-produk olahan. Hasil penelitiannya kemudian dibawa ke komisi fatwa untuk membahas dalam sidang komisi dan kemudian difatwakan hukumnya, yakni fatwa halal, jika sudah diyakini bahwa produk bersangkutan tidak mengandung unsur-unsur benda-benda haram atau najis.⁵⁰

b. Sistem dan Prosedur Penetapan Produk Halal

Prosedur dan penetapan mekanisme penetapan fatwa, sama dengan penetapan fatwa secara umum. Hanya saja, sebelum masalah tersebut (produk yang dimintakan fatwa halal) dibawa ke Sidang Komisi, LP.POM MUI terlebih dahulu melakukan penelitian dan audit ke pabrik bersangkutan. Untuk lebih jelasnya, prosedur dan mekanisme penetapan fatwa halal, secara singkat dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) MUI memberikan pembekalan pengetahuan kepada para auditor LP.POM tentang benda-benda haram menurut syari'at Islam. Dalam hal ini benda haram *li-zatih* dan haram *li-ghairih* yang karena cara penanganannya tidak sejalan dengan syari'at Islam. Dengan artikata, para auditor harus mempunyai pengetahuan memadai tentang benda-benda haram tersebut.

⁵⁰*Ibid.*

- 2) Para auditor melakukan penelitian dan audit ke pabrik-pabrik (perusahaan) yang meminta sertifikasi halal, pemeriksaan yang dilakukan meliputi:
 - a) Pemeriksaan secara seksama terhadap bahan-bahan produk, baik bahan baku maupun bahan tambahan (penolong).
 - b) Pemeriksaan terhadap bukti-bukti pembelian bahan produk.
 - c) Bahan-bahan tersebut kemudian diperiksa di laboratorium, terutama bahan-bahan yang dicurigai sebagai benda haram atau mengandung bendaharam (najis), untuk mendapat kepastian.
- 3) Pemeriksaan terhadap suatu perusahaan tidak jarang dilakukan lebih dari satukali, dan tidak jarang pula auditor (LP.POM) menyarankan bahkan mengharuskan agar mengganti suatu bahan yang dicurigai atau diduga mengandung bahan yang haram (najis) dengan bahan yang diyakini kehalalannya atau sudah bersertifikat halal dari MUI atau dari lembaga lain yang dipandang berkompeten, jika perusahaan tersebut tetap menginginkan mendapat sertifikat halal dari MUI
- 4) Hasil pemeriksaan dan audit LP.POM tersebut kemudian dituangkan dalam sebuah Berita Acara, dan kemudian Berita Acara itu diajukan ke Komisi Fatwa MUI untuk disidangkan
- 5) Dalam Sidang Komisi Fatwa, LP.POM menyampaikan dan menjelaskan isi Berita Acara, dan kemudian dibahas secara teliti dan mendalam oleh sidang komisi

- 6) Suatu produk yang masih mengandung bahan yang diragukan kehalalannya, atau terdapat bukti-bukti pembelian bahan produk yang dipandang tidak transparan oleh Sidang Komisi, dikembalikan kepada LP.POM untuk dilakukan penelitian atau auditing ulang ke perusahaan bersangkutan
- 7) Sedangkan produk yang telah diyakini kehalalannya oleh Sidang Komisi, diputuskan fatwa halalnya oleh Sidang Komisi.
- 8) Hasil Sidang Komisi yang berupa fatwa halal kemudian dilaporkan kepada Dewan Pimpinan MUI untuk dikeluarkan Surat Keputusan Fatwa Halal dalam bentuk Sertifikat Halal.

Untuk menjamin kehalalan suatu produk yang telah mendapat Sertifikat Halal, MUI menetapkan dan menekankan bahwa jika sewaktu-waktu ternyata diketahui produk tersebut mengandung unsur-unsur bahan haram (najis), MUI berhak mencabut Sertifikat Halal produk bersangkutan. Disamping itu, setiap produk yang telah mendapat Sertifikat Halal diharuskan pula memperhatikan atau memperpanjang Sertifikat halalnya setiap dua tahun, dengan prosedur dan mekanisme yang sama. Jika, setelah dua tahun terhitung sejak berlakunya Sertifikat Halal, perusahaan bersangkutan tidak mengajukan permohonan (perpanjangan) Sertifikat Halal perusahaan itu dipandang tidak lagi berhak atas sertifikat Halal, dan kehalalan produk-produknya diluar tanggungjawab MUI. Bagi masyarakat yang ingin mendapat informasi tentang produk (perusahaan) yang telah

mendapat Sertifikat Halal MUI dan masa keberlakuannya, LP.POM MUI telah menerbitkan Jurnal Halal.⁵¹

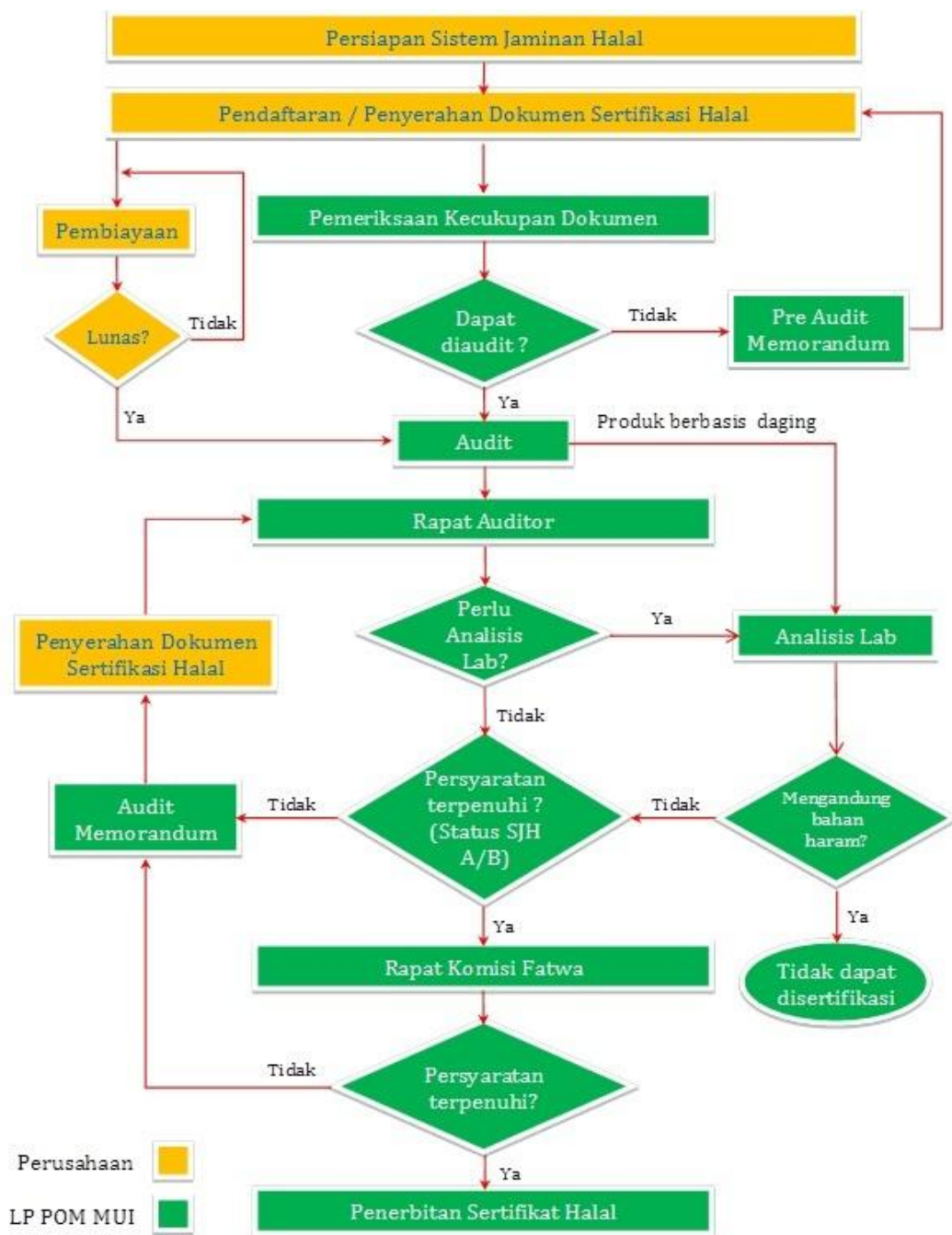
c. Ketentuan administrasi untuk pengajuan sertifikasi halal.

Adapun ketentuan administrasi untuk pengajuan sertifikasi halal secara umum adalah sebagai berikut:⁵²

- 1) Perusahaan yang mengajukan sertifikasi, baik pendaftaran baru, pengembangan (produk/fasilitas) dan perpanjangan, dapat melakukan pendaftaran secara online.
- 2) Mengisi data pendaftaran :status sertifikasi (baru/pengembangan/perpanjangan), data sertifikat halal, status Surat Jaminan Halal (SJH) jika ada dan kelompok produk.
- 3) Membayar biaya pendaftaran dan biaya sertifikasi halal.
- 4) Mengisi dokumen yang dipersyaratkan dalam proses pendaftaransesuai dengan status pendaftaran (baru/pengembangan/perpanjangan) dan proses bisnis (industri pengolahan, RPH, restoran, dan industri jasa), diantaranya : Manual SJH, Diagram alir proses produksi,data pabrik, data produk, dataa bahan dan dokumen bahan yang digunakan, serta data matrix produk.
- 5) Setelah selesai mengisi dokumen yang dipersyaratkan, maka tahap selanjutnya sesuai dengan diagram alir proses sertifikasi halal sebagai berikut:

⁵¹*Ibid.*, 18-20.

⁵²http://www.halalmui.org/newMUI/index.php/main/go_to_section/39/1328/page, diunduh 20 maret 2015, Pukul 22.57.



BAB III

GAMBARAN UMUM LOKASI DAN OBJEK PENELITIAN

A. Profil Perusahaan

Rocket Chicken adalah Perusahaan Waralaba/*Franchise* yang bergerak di Bidang *Fast Food Restaurant*, dengan produk unggulan, fried chicken, Burger, Steak dan berbagai jenis makanan dari bahan dasar ayam. Dengan konsep menyajikan makanan yang sehat, berkualitas, halal, dengan cita rasa yang khas, harga terjangkau bagi semua kalangan masyarakat yang diolah dengan bumbu pilihan.

1. Sejarah Singkat Perusahaan

Rocket Chicken berdiri pada tanggal 21 Februari 2010 yang ditandai dengan dibukanya gerai pertama di Jln. Woltermonginsidi no. 32 Pedurungan Semarang, sesuai perkembangan dan banyaknya permintaan Rocket Chicken membuka kesempatan bagi pengusaha-pengusaha baru dengan modal yang terjangkau untuk memiliki suatu usaha bidang makanan yang dapat dikelola oleh perorangan atau berbadan hukum dengan system kemitraan atau Franchise. Sedangkan untuk Rocket Chicken Boja berdiri sejak april 2011.

Dengan membidik pangsa pasar seluruh kalangan lapisan masyarakat sehingga bisa didirikan hingga ke daerah-daerah dengan didukung system Manajemen yang telah teruji menjadikan Rocket Chicken sebagai usaha yang mempunyai Brand Awarnes tinggi, prospektif, dan marketable.

2. Visi dan Misi

a. Visi

- 1) Penerapan salam senyum dan sapa dalam pelayanan.
- 2) Melayani dengan cepat dan tidak berbelit-belit.
- 3) Memberi pelayanan dengan setulus hati demi kepuasan konsumen.
- 4) Peningkatan kemampuan serta jenjang karir untuk para karyawan.
- 5) Memberi wahana berkumpul dan kegiatan yang nyaman.

b. Misi

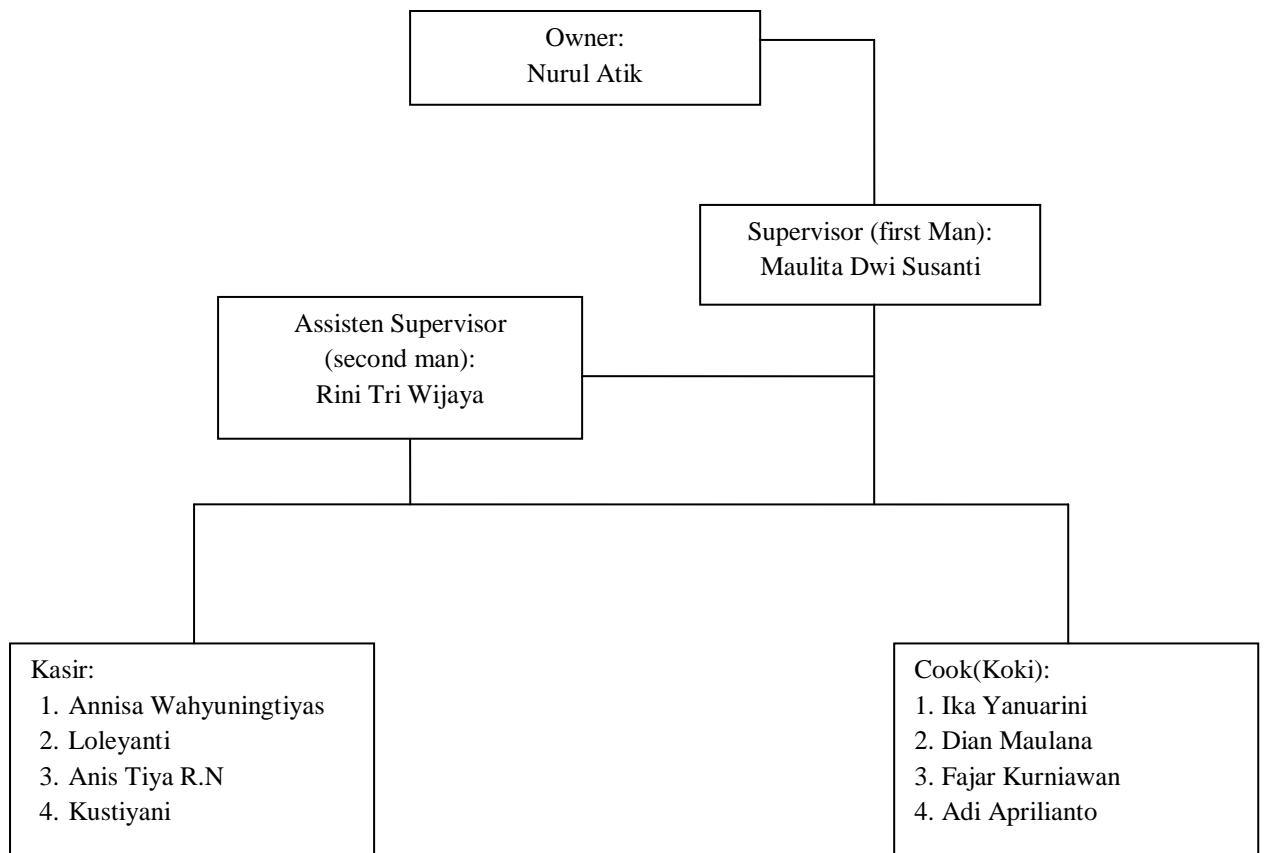
- 1) Memberikan pelayanan yang ramah pada setiap konsumen di outlet-outlet Rocket Chicken di seluruh Indonesia.
- 2) Meningkatkan kinerja yang professional berdasarkan kerja tim.
- 3) Mengembangkan Rocket Chicken Indonesia sebagai franchise yang maju.
- 4) Menambah outlet dan meningkatkan imagenya.

3. Sistem Waralaba

Sistem waralaba pada Rocket Chiken Boja adalah secara regular, yaitu yang menjadi owner pada Outlet cabang ini adalah presiden direktornya sendiri yaitu Nurul Atiq.

4. Struktur Organisasi

Gambar 3.1
Struktur Organisasi pada PT. Rocket ChickenIndonesia
Cabang Boja Kendal 2015



Sumber: Wawancara kepada Supervisor Rocken Chicken Boja

5. Daftar Menu/Produk yang dijual

Tabel 3.1
Daftar Paket menu Rocket Chicken Ngaliyan

NAMA PAKET	ISI	HARGA	NAMA PAKET	ISI	HARGA
Roma 1	Nasi, Ayam, Paha Bawah/Sayap Teh botol	Rp 12.000,00	Rock Fresh 1	Nasi, Sayap, Nestea Orange	Rp 8.000,00
Roma 2	Nasi goreng, Teh Botol	Rp 11.000,00	Rock Fresh 2	Chicken Steak	Rp 8.000,00
Roma 3	Nasi, Chicken Steak, Teh Botol	Rp 13.000,00	Rock Fresh 3	Nasi, Chicken Strip	Rp 8.000,00
Roma 4	Nasi, Ayam Dada/Paha Atas, Teh Botol	Rp 14.000,00	Komplit 1	Nasi, Tempe, Tahu, Sambel, Lalapan, Lemontea	Rp 12.000,00
Rocket 1	Nasi, Ayam Sayap, Lemon Tea	Rp 8.500,00	Komplit 2	Nasi, Tempe, Tahu, Sambel, Lalapan, Lemontea	Rp 12.000,00
Rocket 2	Nasi, Paha Atas/Dada, Lemon Tea	Rp 14.000,00	Komplit 3	Nasi, Tempe, Tahu, Sambel, Lalapan, Lemontea	Rp 13.000,00
Rocket 3	Nasi, Chicken Steak, Lemon Tea	Rp 13.000,00	Rocket 5	Nasi goreng, Lemontea	Rp 10.000,00
Rocket 4	Chicken Burger, Lemon Tea	Rp 12.000,00	Rocket 6	Mie goreng, Lemontea	Rp 13.000,00

Sumber : Wawancara dengan Supervisor Rocket Chicken Boja

Tabel 3.2
Daftar Menu Satuan

NO	DAFTAR MENU	HARGA	NO	DAFTAR MENU	HARGA
1	Sayap	Rp 7.000,00	18	Spaghetti	Rp 7.000,00
2	Paha Bawah	Rp 8.000,00	19	Spghetty Goreng	Rp 10.000,00
3	Paha Atas	Rp 9.000,00	20	Nasi Goreng	Rp 8.000,00
4	Dada	Rp 9.000,00	21	Nasi Goreng Sayap	Rp 14.500,00
5	Nasi	Rp 3.000,00	22	Mi Goreng	Rp 9.000,00
6	Perkedel	Rp 3.000,00	23	Orange Squash	Rp 4.000,00
7	Chicken Burger	Rp 8.500,00	24	Es Campur	Rp 7.000,00
8	Chicken Cheeshe Burger	Rp 10.000,00	25	Puding	Rp 2.500,00
9	Beef Burger	Rp 8.500,00	26	TehBotol, Tebs, Fruittea	Rp 4.000,00
10	Beef Cheese Burger	Rp 9.500,00	27	Cappucino Panas	Rp 4.000,00
11	Chicken Soup(Soup jagung)	Rp 4.000,00	28	Nestea Lemon Tea	Rp 4.000,00
12	Vegetable Chicken Soup (Soup sayur)	Rp 4.000,00	29	Juice Alpokat	Rp 8.000,00
13	Chicken Steak	Rp 8.500,00	30	Milo	Rp 5.000,00
14	Beef Steak	Rp 9.000,00	31	Aneka Jus (Sirsat, Melon, Strawberry, Jambu, Mangga)	Rp 7.000,00
15	Chicken Strip (4 pcs)	Rp 9.500,00	32	Teh Botol Pouch 150 ml	Rp 3.000,00
16	Chicken Chrispy (3 pcs)	Rp 9.000,00	33	Juice Durian (New baverage)	Rp 10.000,00
17	French Fries	Rp 7.000,00	34	Onion Ring	Rp 5.000,00
			35	Ice Cream	Rp 3.000,00

Sumber : Wawancara dengan Supervisor Rocket Chicken Ngaliyan

6. Sumber bahan

Bahan-bahan yang digunakan diperoleh dari supplier dan belanja sendiri, dari supplier (kantor pusat dan atau dari perusahaan yang kerjasama dengan kantor pusat) yaitu berupa bumbu-bumbu (premik) yang sudah dalam bentuk kemasan karena resepnya dirahasiakan oleh perusahaan), ayam, saos, beras, kentang goreng, roti burger, tepung dan minuman soft drink. Sedangkan yang belanja sendiri adalah sayuran, gula, telur, tisu, sedotan, dan stereofom.

7. Sertifikat Halal pada Rocket Chicken boja

PT Rocket Chicken indonesia di semua cabang secara serentak mendapatkan sertifikat halal pada januari 2013 dan masa berlaku sampai akhir desember. Sertifikat halal pada Rocket Chicken Boja dipasang pada tempat yang strategis, yaitu pada dinding dibawah televisi dengan tujuan agar semua konsumen yang datang dapat melihatnya.

8. Sistem pembukuan dan Laporan Keuangan

Sistem pembukuan pada semua Outlet Rocket Chicken masih menggunakan sistem manual, yaitu semuanya masih tertulis tangan, belum secara komputeris. Pada semua outlet Rocket Chicken diseluruh Indonesia tanpa terkecuali, termasuk Rocket Chicken Boja bertugas untuk membuat beberapa laporan keuangan, yaitu:

- 1) Laporan Kas Kasir (LKK)
- 2) Laporan Penjualan (LPJ)
- 3) Laporan Pengeluaran Kas Kecil (*Vendor dan Cash Flow*)

B. Paparan Data Wawancara

1. Latar Belakang Informen

No	Nama	L/P	Profesi	Alamat
1	St	P	Ibu Rumah tangga	Limbangan
2	Ina	P	Ibu Rumah tangga	Boja Kota
3	Fty	P	Ibu Rumah tangga	Singorojo
4	Prm	P	Ibu Rumah tangga	Campurejo
5	Hrn	P	Ibu Rumah tangga	Limbangan
6	At	P	Ibu Rumah tangga	Pasigitan
7	Ds	P	Kasir <i>Aneka Jaya</i>	Boja Kota
8	Dn	L	Waiter <i>Pentipan barang</i>	Boja Kota
9	Wd	P	Waiter <i>alat tulis</i>	Boja Kota
10	Yn	P	Waiter <i>Tas</i>	Campurejo
11	Ns	P	Waiter <i>Kaset</i>	Gentan lor
12	Ik	L	Waiter <i>Super Burger</i>	Kaligading
13	Pr	L	Karyawan Swasta	Singorojo
14	Rr	P	Karyawan Pabrik	Limbangan
15	Yy	L	Karyawan Swasta	Singorojo
16	Ct	P	Karyawan BPR	Boja Kota
17	Af	L	Pedagang	Limbangan
18	Gr	L	Pedagang	Limbangan
19	Jm	L	Pedagang	Gedangan
20	Srh	P	Pedagang	Boja Kota
21	Tn	P	PNS	Limbangan
22	Rt	P	PNS	Boja Kota
23	Stt	P	PNS	Boja Kota
24	Nn	P	PNS	Boja Kota
25	Sg	L	Mahasiswa	Gedangan
26	Dss	P	Mahasiswa	Kendal Kota
27	Sp	P	Pelajar	Campurejo
28	Dy	P	Mahasiswa	Boja Kota
29	Kr	L	Sales	Nias
30	Pp	P	Sales	Boja Kota
31	Fj	L	Sales	Limbangan
32	Yt	P	Sales	Limbangan

2. Data Penelitian

No	Alasan beli Produk	Lama menjadi Konsumen	Persepsi status Kehalalan	Pernah menanyakan jaminan kehalalan	Pemahaman tentang Sertifikat Halal	Kesadaran ada tidaknya Sertifikat Halal
1	Anak suka	+4 th	Halal, walaupun tidak halal konsumen tidak dosa karena tidak tahu	Tidak, karena semua yg dijual di boja halal	Makanan yang sudah di cek oleh badan POM	Tidak tahu
2	Murah	+4 th	Inshaallah halal, karena berani menjual pasti halal	Tidak, percaya brand pasti jaga kualitas	Tidak tahu	Tidak tahu
3	Strategis	Lupa	Halal,ada sertifikat halalnya	Tidak,ada sertifikat halal	Sudah dicek yg bertugas	Ada
4	Enak, murah	+3 th	sudah, karena yang dijual kebanyakan dari ayam	Tidak, pasti sudah halal	Tidak tahu	Kayaknya ada
5	Enak	+2 th	Kurang tahu, tapi ayamnya segar	Belum pernah	Tidak tahu	Tidak tahu
6	Anak suka	+3 th	Tidak pasti	belum	Kurang tahu	Ada
7	Dekat, murah,bersih	+6 bln	Sudah, karena yang dijual ayam dan makanan berbahan halal	Tidak, karena tidak akrab dengan karyawan	Tidak tahu, baru dengar istilah itu	Tidak tahu
8	Praktis	+ 2 bln	Udah, umumnya halal	Belum	Tahu seperti yg ditembok	Ada
9	Praktis	+1 th	Halal, bahan yang digunakan halal	Tidak, positif thinking	Kurang tahu pasti	Kayaknya ada
10	Murah	+2 th	Halal, makanannya halal semua, tida ada babi dll	Tidak, karena tidak enak	Tidak tahu	Tidak tahu
11	Bersih, enak	+4 th	Sudah,	Belum	Surat dari MUI	Ada
12	Enak	+ 4 th	Sudah,	Belum	Menjamin kehalalan	Ada
13	Murah,enak	+4 th	Halal, tidak menjual babi dll	Tidak	Tidak tahu	Tidak ada
14	Enak	+4 th	Halal, karyawannya berjilbab	Belum	Tidak tahu	Tidak tahu
15	Strategis	+3 th	Halal, ada sertifikat halalnya	Tidak pernah	Sudah dicek yg bertugas	Ada
16	Enak	+2 th	Halal, yang punya muslim	Tidak pernah	Sudah dijamin halal	Ada
17	Murah	+2 th	Halal, percaya ada sertifikat halal	Tidak, paling tidak tahu	Diterbitkan oleh MUI	Ada
18	Enak,	+3 th	Halal, jual nasi ayam	Tidak, takut marah	Tidak tahu	Ada dibawah tv
19	Enak	+1 th	Halal, bahan dari jenis halal	Tidak	Tidak tahu	Tidak tahu
20	Murah	+ 2th	Halal, yang dijual bahnnya halal	Tidak pernah	Jaminan halal dari MUI	Tidak tahu
21	Suka, halal	+ 4 th	Halal, ada sertifikat halalnya	Tidak, ada sertifikat halal	Diterbitkan oleh MUI	Ada
22	Enak	+4 th	Halal, karyawannya muslim	Tidak	Penghargaan kehalalan	Tidak tahu
23	Bersih, enak	+ 4 th	Halal, ada sertifikat halalnya	Tidak, sudah dijamin halal	Sudah di cek oleh MUI	Ada
24	Dekat	+4 th	Semoga, ada sertifikat halalnya	Belum	Sudah diteliti MUI	Ada
25	Rasa khas	+ 4 th	Sepertinya halal	Belum	Kurang tahu	Tidak tahu
26	Enak	+1 th	Halal, yang dijual ayam dll	Tidak	Menjamin kehalalan	Tidak tahu
27	Murah	+ 3 th	Halal, yakin aja	Tidak	Tidak tahu	Tidak tahu
28	Dekat	+4 bln	Halal, ada sertifikat halalnya	Tidak sempat	Hasil survei dari MUI	Ada
29	Enak, praktis	+1 th	Halal, tidak mungkin jual yg haram	Tidak, emang harus?	Tidak tahu	Ada
30	Enak	+3 th	Sepertinya halal	Tidak	Tidak tahu	Tidak tahu
31	Murah	+2 th	Inshaallah halal	Tidak	Jaminan halal	Tidak tahu
32	Murah	+3 th	Halal, yang dijual ayam dll	Tidak	Sudah dicek kehalalannya	Tidak tahu

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Tinjauan Persepsi Konsumen Muslim di PT Rocket Chicken Indonesia cabang Boja Kendal tentang Sertifikat Halal

Untuk mengetahui persepsi konsumen muslim terhadap pentingnya sertifikat halal adalah dengan cara penulis mencari tahu dengan pemahaman konsumen muslim terhadap sertifikat halal dan kesadaran mereka terhadap keberadaan sertifikat halal. Jawaban dari informen tersebut adalah sebagai berikut:

1. Peneliti mengklasifikasikan jawaban pemahaman konsumen muslim tentang sertifikat halal menjadi 2 jawaban, yaitu sebagai berikut:
 - a. Informen mempunyai pengetahuan tentang sertifikat halal
 - 1) Makanan yang sudah di cek (disurvei,diteliti) oleh badan POM (atau yang bertugas):
 - St mengatakan bahwa sertifikat halal adalah “Makanan yang sudah di cek oleh badan POM”
 - Fty mengatakan bahwa sertifikat halal adalah “Sudah dicek yg bertugas”
 - Nn mengatakan bahwa sertifikat halal adalah “Sudah diteliti MUP”
 - Stt mengatakan bahwa sertifikat halal adalah “Sudah di cek oleh MUP”
 - Yy mengatakan bahwa sertifikat halal adalah “Hasil survei

dari MUI”

2) Surat dari MUI, Jaminan halal dari MUI, Diterbitkan oleh MUI

- Ny mengatakan bahwa sertifikat halal adalah “Surat dari MUI”
- Af dan Tn mengatakan bahwa sertifikat halal adalah “Diterbitkan oleh MUI”
- Sr mengatakan bahwa sertifikat halal adalah “Jaminan halal dari MUI”

3) Jaminan Halal

- Ika dan Ds mengatakan bahwa sertifikat halal adalah “Menjamin kehalalan”
- Ct mengatakan bahwa sertifikat halal adalah “Sudah dijamin halal”
- Rt mengatakan bahwa sertifikat halal adalah “Penghargaan kehalalan”
- Fj mengatakan bahwa sertifikat halal adalah “Jaminan halal”
- Yt mengatakan bahwa sertifikat halal adalah “sudah dicek kehalalannya”

b. Informen tidak mempunyai pengetahuan tentang sertifikat halal

- At, Wd, dan Sg mengatakan bahwa mereka kurang tahu apa itu sertifikat halal
- Ina, Prm, Hrn, Ds, Yn, Pr, Rr, Gr, Jm, Sp, Pp, dan Kr

mengatakan bahwa mereka tidak tahu apa itu sertifikat halal. Sedangkan Dn mengatakan bahwa sertifikat halal adalah “seperti yang ditembok itu” tapi tidak menjelaskan fungsi maupun hal lain tentang sertifikat halal.

2. Peneliti mengklasifikasikan kesadaran informen terhadap adanya sertifikat halal menjadi 2 jawaban, yaitu sebagai berikut:

a. Informen mengetahui bahwa di Rocket Chicken Boja ada sertifikat halalnya.

Fty, At, Dn, Ns, Ik, Yy, Ct, Af, Gr, Tn, Nn, Dy, Stt, dan Kr tahu bahwa di Rocket Chicken Boja ada sertifikat halalnya.

b. Informen tidak tahu apakah di Rocket Chicken Boja ada sertifikat halalnya atau tidak:

St, Ina, Prm, Hrn, Ds, Wd, Yn, Pr, Rr, Jm, Srh, Rt, Sg, Ds, Sp, Fj, Pp, dan Yt tidak tahu bahwa di Rocket Chicken Boja ada sertifikat halalnya atau tidak.

B. Analisis Data

Informen yang mengetahui bahwa sertifikat halal adalah jaminan halal yang dapat dijadikan bukti bahwa produk pada suatu tempat sudah diteliti oleh MUI atau lembaga yang berwenang belum tentu berarti bahwa mereka peduli terhadap ada atau tidaknya sertifikat halal, dan penulis sengaja tidak langsung memberikan pertanyaan kepada informen dengan kalimat “apakah menurut anda sertifikat halal itu penting?” karena dikhawatirkan informen menjawab “penting” padahal ketika ditanya pengetahuan mereka tentang

sertifikat halal dan kesadaran informen terhadap keberadaan sertifikat halal mereka belum tentu tahu. Apabila konsumen muslim tahu maksud dari sertifikat halal dan tahu bahwa di tempat yang mereka kunjungi, hal tersebut bisa dijadikan bukti bahwa mereka menganggap sertifikat halal adalah penting. Peneliti mengklasifikasikan jawaban informen menjadi 4 kelompok, yaitu:

Pertama, Informen menganggap (berpersepsi) bahwa sertifikat halal itu penting karena konsumen muslim mengetahui bahwa sertifikat halal adalah jaminan halal yang telah diterbitkan oleh MUI setelah di cek disemua lini dan mereka tahu bahwa di Rocket Chicken Boja ada sertifikat halalnya, ada 10 informen yang termasuk dalam kategori ini yaitu Fty, Ns, Ik, Yy, Ct, Af, Tn, Nn, Dy, dan Stt.

Kedua, informen menganggap (berpersepsi) bahwa ada atau tidaknya sertifikat halal itu tidak ada artinya karena walaupun informen tahu bahwa di Rocket Chicken Boja ada sertifikat halalnya tapi tidak tahu maksudnya, hal tersebut disebabkan konsumen muslim tidak mengetahui bahwa sertifikat halal adalah jaminan halal yang telah diterbitkan oleh MUI setelah di cek disemua lini. Ada 4 informen yang termasuk dalam kategori ini yaitu At, Dn, Gr, dan Kr.

Ketiga, informen menganggap (berpersepsi) bahwa sertifikat halal tidak penting karena walaupun informen tahu bahwa sertifikat halal adalah bukti kehalalan produk pada perusahaan tertentu dimana semua produknya tidak dipertanyakan lagi kehalalannya, tapi informen tidak tahu apakah di Rocket Chicken Boja ada sertifikat halalnya atau tidak, ada 6 informen yang

termasuk dalam kategori ini yaitu St, Srh, Rt, Dss, Fj, dan Yt.

Keempat, informen menganggap (berpersepsi) bahwa sertifikat halal tidak penting, karena informen tidak mengetahui apa itu sertifikat halal dan tidak tahu apakah di Rocket Chicken Boja ada sertifikat halalnya atau tidak, ada 12 informen yang termasuk dalam kategori ini yaitu Ina, Prm, Hrn, Ds, Wd, Yn, Pr, Rr, Jm, Sg, Pp, dan Sp tidak mengetahui apa itu sertifikat halal dan tidak tahu apakah di Rocket Chicken Boja ada sertifikat halalnya atau tidak.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara kepada 32 konsumen muslim pada Rocket Chicken Boja dengan profesi yang berbeda, peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

Pertama Konsumen muslim di Rocket Chicken Boja berpersepsi (beranggapan) bahwa sertifikat halal itu penting karena informen mengetahui untuk menjamin kehalalan produk adalah dengan adanya sertifikat halal dan dibuktikan bahwa informen tahu(peduli) di Rocket Chicken Boja ada sertifikat halalnya, dengan jumlah 10 orang yaitu 31,25%

Kedua, Konsumen muslim di Rocket Chicken Boja berpersepsi (beranggapan) bahwa sertifikat halal itu tidak penting karena informen tidak tahu di Rocket Chicken Boja ada sertifikat halalnya atau tidak, atau informen tahu kalau di Rocket Chicken Bja ada sertifikat halalnya tapi informen tidak mengetrahui apa maksudnya, dengan jumlah 22 orang yaitu 68,75%

B. Saran

1. Konsumen yang beragama Islam tanpa terkecuali berada dilingkungan apa saja hendaknya mencari tahu lebih dalam lagi kepada orang terdekat yang dianggap lebih tahu atau bisa melalui internet untuk memahami kriteria makanan halal, haram, dan baik.
2. Berfikir lebih panjang mengenai status kehalalan produk yang akan dikonsumsi.

3. Ketika membeli di warung makan, perhatikan kebersihan tempat, kebersihan makanan, dan rasa dagingnya atau apabila memungkinkan tidak ada salahnya bertanya secara sopan kepada pihak produsen tentang status kehalalannya.
4. Mulailah menjadi konsumen muslim yang cerdas dan teliti terhadap hal-hal yang perlu diwaspadai seiring dengan banyaknya kecurangan di jaman globalisasi karena dengan mudahnya budaya asing (dari negara non muslim) masuk di negara ini.
5. MUI diharapkan bisa melakukan sosialisasi yang lebih kepada konsumen muslim mengenai terjaminnya kehalalan suatu produk dan sertifikat halal atau label halal karena berdasarkan penelitian ini pengetahuan serta kesadaran konsumen muslim tentang hal tersebut masih minim.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-asyar, Thobib. *Bahaya Makanan Haram Bagi Kesehatan Jasmani dan Rohani*, cet. I, Jakarta: Al Mawardi Prima, 2003.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Ar Rasyid, Abdurrahman, *Halal Haram menurut Al-Qur'an dan Hadist*, Jakarta: Prestasi Pustaka, Cet. I, 2006
- Barkatullah, Abdul Halim. *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran)*, Bandung: Nusa Media, 2008.
- Black, James A, dan Dean J Champion. *Metode dan Masalah Penelitian Sosial*, Bandung: PT Eresco, 1992
- Dahlan, Abdul Aziz, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoave, Cet. I, 1997.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Diponegoro, 2004.
- Faisal, Sanapiah. *Format-Format Penelitian Sosial*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010.
- Ghazali, Ahmad, *Ilmu Jiwa*, Bandung: Ganaco NV, 1981.
- Indriantoro , Nur dan Bambang Supomo. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akutansi dan Manajemen*, Yogyakarta: BPFE, Cet. II, 2002.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Leksono, Sonny. *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, Cet. I, 2013.
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Nawawi, Hadari dan Mimi Martini. *Penelitian Terapan*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1996.
- Rahmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Rosdakarya 1998.

- Sarwono, *Pengantar Umum Psikologi*, Jakarta: Bulan Bintang, 1996.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen edisi Revisi*, Jakarta; Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006.
- Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Soekanto, Soerjono, Sri Mahmudji., *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Cet. III, Jakarta: Rajawali Pers, 1990.
- Subagyo, Joko. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1991.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: ALFABETA, 2012.
- Sujanto, Agus, *Psikologi Umum*, Jakarta: Bumi Aksara, 1991.
- Syarifuddin, Amir. *Ushul Fiqh Jilid 1*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Tim Penyusun. *Pedoman Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, IAIN Walisongo Semarang. Cet. I, 2014.
- Umar, Husein. *Research Method in Finance and Banking*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Walgito, *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 1999.
- Qardawi, Yusuf. *Halal dan Haram*, Bandung: Jabal, 2004.
- Zain, Badudu, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996.
- Wawancara kepada Supervisor Rocket Chicken Boja, 20 Oktober 2015 pukul 16.17-17.53 WIB.
- Wawancara kepada beberapa Konsumen Muslim di Rocket Chicken Boja, 29 Oktober 2015 pukul 17.30-19.52 WIB.
- http://www.halalmui.org/newMUI/index.php/main/go_to_section/39/1328/page
- http://organisasi.org//fungsi_makanan_pada_manusia.
- <https://www.google.com/search?q=BAPEDA&ie=utf-8&oe=utf-8#q=BAPPEDA+KENDAL+2014>

<https://www.google.com/search?q=kriteria+makanan+halal+menurut+mui&ie=utf-8&oe=utf-8>,

<https://www.google.com/search?q=Pelaksanaan+Sertifikat+Halal+di+Hotel+dan+Restoran+di+Wilayah+Kota+Mataram+dan+Lombok+Barat&ie=utf-8&oe=utf-8>

<https://www.google.com/search?q=Persepsi+Label+Halal+terhadap+Keputusan+Pembelian+Konsumen+pada+Produk+Minuman+Berenergi>

<https://www.google.com/search?q=Persepsi+Mahasiswa+STAIN+Salatiga+Tentang+Busana+Muslimah&ie=utf-8&oe=utf-8>,

<https://www.google.com/search?q=Studi+Analisis+Terhadap+Produk++Makanan+Dan+Minuman+Olahan++Yang+Belum+Bersertifikat+++Halal&ie=utf-8&oe=utf-8>

BIODATA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Meika Wahyuni
Tempat dan tanggal lahir : Kendal, 02 Mei 1992
Jenis kelamin : Perempuan
Status : Mahasiswa
Alamat : Ds. Ngampel Kulon Rt.02/Rw.02
Kec Ngampel Kab Kendal
Agama : Islam
Kewarganegaraan : WNI
Nomer HP : 08995936230

Nama orang tua:

Nama Ayah : Kamin
Pekerjaan : Pedagang
Nama Ibu : Sriyani
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat orang tua : Ds Pakuncen Rt/Rw 02/07 Sukaharja
Lukjambe Timur, Karawang Barat

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 20 November 2015

Penulis,

Meika Wahyuni
NIM. 112411046

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Meika Wahyuni

Tempat dan tanggal lahir : Kendal, 02 mei 1992

Alamat Asal : Ds. Ngampel Kulon Rt.02/Rw.02 Kec Ngampel,
Kab Kendal

Pendidikan :

- TK Mardi Putra 1 tahun 1997
- SD N Ngampel Wetan tahun 1998
- SMP N 2 Pegandon tahun 2004
- SMA N 2 Kendal tahun 2007
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo
Semarang 2011

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 20 November 2015

Penulis,

Meika Wahyuni
NIM. 112411046

DAFTAR PERTANYAAN untuk supervisor (kepala *Outlet*) PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal:

1. Kapan berdirinya PT. Rocket Chicken Indonesia dan di cabang Boja dan Bagaimana sejarah singkat PT. Rocket Chicken Indonesia/
2. Bagaimana sistem waralaba pada Rocket Chicken cabang Boja?
3. Apa Visi dan Misi di PT. Rocket Chicken Indonesia?
4. Bagaimana struktur organisasi di Rocket Chicken Boja?
5. Bagaimana sistem kerja dan tanggungjawab setiap karyawan?
6. Bagaimana sistem pembukuannya?
7. Menu apa saja yang ditawarkan?
8. Bahan-bahannya diperoleh dari mana saja?
9. Sejak kapan Rocket Chicken mendapatkan sertifikat halal dan sampai kapan masa berlakunya? Serta dimana sertifikat halalnya dipasang?
10. Apakah ibu tahu Konsumen rocket chicken Boja berprofesi sebagai apa saja?

PERTANYAAN UNTUK KONSUMEN MUSLIM

Nama :

Pekerjaan :

Alamat:

Usia :

1. Apa saja yang menjadi alasan anda memilih produk pada Rocket Chicken Boja?
2. Sudah berapa lama anda menjadi konsumen di Rocket Chicken Boja?
3. Jika di rata-rata, kira-kira berapa kali dalam sebulan anda mengunjungi Rocket Chicken Boja?
4. Menurut anda apakah semua produk di Rocket Chicken Boja sudah terjamin kehalalannya?
5. Apakah anda pernah bertanya kepada karyawan tentang jaminan halal produk di Rocket Chicken Boja? Mengapa?
6. Apa yang anda ketahui tentang sertifikat halal?
7. Apakah di Rocket Chicken Boja ada sertifikat halalnya?

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maulita Dwi Susanti

Jabatan: Supervisor (Kepala Outlet cabang Boja)

Alamat: Pegandon, Kendal

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	Meika Wahyuni
NIM	112411046
Alamat	Ds Ngampel Kulon Rt/Rw 02/02 Kec ngampel Kab Kendal
Perguruan Tinggi	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Telah melakukan penelitian di PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal untuk penulisan skripsi dengan judul **“Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus pada Konsumen Muslim di PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)** Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat digunakan sebagaimana semestinya.

Semarang, 18 Oktober 2015

Supervisor,


Maulita Dwi Susanti

PT. ROCKET CHICKEN INDONESIA
KAB. PEMUDA NO. 234 BOJA

DOKUMENTASI

Dokumentasi penelitian ketika sedang melakukan interview bersama supervisor pt. Rocket chicken indonesia cabang boja kendal:



Dokumentasi penelitian ketika melakukan interview dengan konsumen muslim di pt. Rocket chicken indonesia cabang boja kendal yang menjadi informen:

