

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Landasan Teori

1. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Secara sederhana persepsi yaitu respons yang dipancarkan oleh suatu stimulus ke suatu objek, yang dimana objek tersebut merespons pada keputusan. Definisi persepsi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.¹⁴

Persepsi dapat didefinisikan sebagai proses pengorganisasian dan interpretasi kesan sensorik untuk menciptakan makna tentang lingkungannya. persepsi seseorang tentang sesuatu bisa saja tidak sama.¹⁵ Persepsi merupakan jenis kegiatan yang mengelola informasi yang menghubungkan individu dengan lingkungannya.¹⁶

Berdasarkan beberapa definisi mengenai persepsi di atas, persepsi dapat dipahami sebagai bagaimana seseorang menangkap sesuatu secara personal atau individu dan membentuk apa yang

¹⁴ Mirzon Daheri, Idi Warsah., *Psikologi: Suatu Pengantar (Edisi Revisi)* (Yogyakarta: Tunas Gemilang Press, 2021)., hlm.86.

¹⁵ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Pustaka Setia, 2015)., hlm.110.

¹⁶ Fattah Hanurawan, *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012)., hlm.34.

dipikirkannya yang nantinya menentukan bagaimana keputusan dibuat.

b. Macam-macam Persepsi

Persepsi dibagi menjadi dua bagian, diantaranya yaitu:¹⁷

- 1) *External Perception*, yaitu persepsi yang terjadi disebabkan adanya stimulus dari luar diri sendiri.
- 2) *Self Perception*, yaitu persepsi yang terjadi karena disebabkan adanya stimulus dari dalam diri sendiri. Dalam konteks ini yang menjadi objek adalah dirinya sendiri.

Adapun proses pemahaman akan rangsangan atau stimulus yang diperoleh oleh panca indera membuat persepsi terpecah menjadi beberapa kategori yaitu:

1) Persepsi visual

Persepsi visual adalah proses penerimaan dan penginterpretasian rangsangan visual dari dunia luar yang masuk melalui indera penglihatan. Sesuai dengan namanya, persepsi ini biasanya bisa didapatkan melalui penglihatan. Pada manusia, fungsi penglihatan ini bisa sangat berperan untuk menciptakan sebuah persepsi tertentu.¹⁸ Persepsi visual sering terjadi di dalam kehidupan. Terkadang, penglihatan bisa mendatangkan banyak

¹⁷ Suharman, *Psikologi Kognitif* (Surabaya: Srikandi, 2005)., hlm.62.

¹⁸ Sudaryono, *Interpersonal Skill* (Jakarta: Kencana, 2022)., hlm.129

persepsi tersendiri atas apa yang ditangkap dari penglihatannya tersebut, tidak peduli apakah persepsi itu benar atau salah.

2) Persepsi auditori

Persepsi Auditori adalah kemampuan untuk memahami dan menginterpretasikan segala sesuatu yang didengar.¹⁹Jenis persepsi ini didapatkan dari indera pendengaran. Biasanya seseorang bisa mendapatkan persepsi tentang suatu hal dari apa yang didengar oleh telinganya. Sama halnya seperti persepsi visual, setiap orang juga memiliki persepsi auditori yang berbeda-beda, tergantung pada bagaimana cara pandangannya terhadap apa yang didengarnya tersebut.

3) Persepsi Perabaan

Persepsi perabaan adalah suatu jenis persepsi yang bisa didapatkan dengan menggunakan indera peraba atau kulit.

4) Persepsi Penciuman

Persepsi penciuman bisa dilakukan dengan menggunakan indera penciuman, yaitu hidung. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, penciuman berasal dari kata cium yang memiliki banyak sekali arti. Dari penciuman inilah bisa dikenal aroma wangi, aroma asam, aroma kurang sedap dan sebagainya.

5) Persepsi Pengecapan

¹⁹ *Ibid.*

Persepsi pengecapan bisa diperoleh melalui lidah sebagai indera pengecapan. Dengan adanya indera pengecapan di dalam diri manusia, seseorang bisa mendapatkan persepsi tentang berbagai macam rasa dari makanan maupun minuman.

Menurut Robbins seperti halnya yang dikutip oleh Irawan, Persepsi dibagi menjadi dua yaitu:

- 1) Persepsi positif adalah penilaian seseorang pada suatu objek atau informasi dengan pandangan positif atau sama dengan yang diinginkan dari objek yang dirasakan atau dari aturan yang ada.
- 2) Persepsi negatif adalah persepsi seseorang kepada objek atau informasi tertentu dengan pandangan negatif, bertentangan dengan apa yang diinginkan dari objek yang dirasakan atau dari aturan yang ada.

Yang menjadi sebab timbulnya persepsi negatif seseorang karena adanya rasa kurang puas dari seseorang kepada objek yang telah menciptakan persepsinya, adanya ketidaktahuan pribadi dan ketidakpahaman individu kepada objek yang dipersepsikan serta sebaliknya. Persepsi positif terjadi karena adanya kepuasan individu terhadap objek yang menjadi sumber persepsi, adanya pemahaman individu, serta adanya pengalaman individu terhadap objek yang dirasakan.²⁰

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

²⁰ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm.110.

Menurut Nugroho J. Setiadi, faktor yang memberikan pengaruh yaitu penglihatan dan sasaran yang diterima serta situasi yang dirasakan dimana penglihatan itu terjadi. Respons yang dihasilkan terhadap suatu stimulus dipengaruhi oleh karakteristik seseorang yang melihatnya. Sifat yang bisa memberikan pengaruh pada persepsi yakni sebagai berikut:²¹

- 1) Sikap, yakni secara positif maupun negatif mempengaruhi respons yang nantinya akan diberikan seseorang.
- 2) Motivasi, yakni yang memberikan dorongan seseorang mendasari sikap perbuatan yang mereka ambil.
- 3) Minat, yakni merupakan faktor lain yang menjadi pembeda penilaian seseorang kepada suatu hal ataupun objek tertentu, yang menjadi dasar untuk menyukai ataupun tidak menyukai kepada objek tersebut.
- 4) Pengalaman masa lalu, yakni bisa memberikan pengaruh persepsi seseorang dikarenakan akan sampai pada kesimpulan yang sama dengan apa yang telah dilihat maupun didengar.
- 5) Harapan, yakni memberikan pengaruh persepsi seseorang ketika mengambil keputusan, akan cenderung tidak menerima ide, ajakan ataupun tawaran yang kurang sama dari apa yang diharapkan.

²¹ *Ibid.*

- 6) Sasaran, yakni memberikan pengaruh penglihatan yang pada endingnya akan memberikan pengaruh persepsi.
- 7) Situasi atau keadaan di sekitar atau di sekitar sasaran juga memberikan pengaruh persepsi. Objek yang sama yang kita lihat ketika di keadaan yang berbeda akan menciptakan persepsi yang tak sama juga.

Menurut Hanurawan, ada beberapa faktor penting yang berpengaruh kepada persepsi seseorang yaitu:

- 1) Faktor penerima

Ketika seseorang memperhatikan orang lain sebagai objek sasaran persepsi serta berusaha agar mengerti tentangnya, tidak bisa dipungkiri bahwasanya pengertian merupakan suatu proses kognitif akan terpengaruhi oleh ciri-ciri kepribadian seseorang. Diantara ciri-ciri utama kepribadian yakni konsep diri, nilai serta tindakan, pengalaman masa lampau dan harapan-harapan yang terkandung di dalamnya.

- 2) Faktor situasi

Pengaruh faktor situasional terhadap proses persepsi bisa dibagi menjadi tiga hal yakni seleksi, analogi, serta organisasi. Secara natural, seseorang bisa perhatiannya terpusatkan terhadap objek yang dirasa lebih favorit daripada objek yang kurang disukai. Proses kognitif seperti ini seringkali dikatakan

sebagai proses menyeleksi informasi akan eksistensi suatu objek, entah itu berupa fisik maupun sosial.

3) Faktor objek sasaran

Secara khusus, persepsi sosial dari subjek yang diamati merupakan orang lain. Karakteristik yang terkandung dalam subjek paling mungkin untuk bisa mempengaruhi yang nantinya bisa menentukan pada persepsi sosial.²²

Menurut Robbins seperti halnya yang dikutip Yuniarti, persepsi dipengaruhi oleh hal berikut:

- 1) *Attitudes*: dua orang yang identik, namun menafsirkan sesuatu yang dipandang tidak sama antara keduanya.
- 2) *Motives*: kebutuhan yang kurang terpenuhi yang memotivasi seseorang mempunyai pengaruh kuat pada persepsi mereka.
- 3) *Interests*: fokus perhatian kita dipengaruhi oleh preferensi kita dikarenakan minat kita di satu serta hal lain. Apa yang dirasakan dalam satu keadaan mungkin bisa berbeda antara satu serta yang lainnya dan mungkin bisa berbeda dari apa yang orang lain rasakan.
- 4) *Experience*: fokus pada karakter individu yang terkait dengan pengalaman masa lampau, seperti halnya kesukaan maupun interes pribadi.

²² Fattah Hanurawan. *Psikologi Sosial; Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012),. hlm.37-40

5) *Expectation*: ekspektasi bisa mengubah persepsi orang ketika melihat apa yang mereka harapkan dari apa yang terjadi sekarang ini.²³

Dari pemaparan di atas, bisa dimengerti bahwasannya faktor yang mempengaruhi persepsi meliputi Tindakan, motivasi, keinginan, pengalaman masa lampau, harapan saran serta keadaan maupun situasi di sekitar. Faktor yang berpengaruh pada seseorang tersebut adalah kebutuhan dari individu.

d. Proses Persepsi

Persepsi terjadi sebagai akibat dari adanya rangsangan (stimulus) yang akan mempengaruhi seseorang melalui lima alat indera, yakni penglihatan, penciuman, perabaan, pendengaran, dan pengecap. Rangsangan itu dipilih, diatur serta ditafsirkan oleh orang-orang melalui caranya sendiri.²⁴

Dalam mempersepsikan suatu objek individu akan melalui tahapan-tahapan dimana tahapan-tahapan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:²⁵

1) Tahapan pertama, individu menghadapi stimulus dari suatu objek.

²³ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm.112.

²⁴ *Ibid.*, hlm.113.

²⁵ Wahyu Abdul Jafar, *Persepsi Masyarakat Terhadap Urgensi Fiqh Moderat* (Bengkulu: Vanda, 2019), hlm.28.

- 2) Tahapan kedua, individu menyadari bahwa di depannya ada stimulus, sehingga ia mengamati stimulus yang ada (berinteraksi).
- 3) Tahapan ketiga, dengan melalui pengamatan yang dimiliki individu dapat mengenal objek yang dihadapi. Pada tahapan ini begitu menimbulkan perubahan yang berarti bagi individu secara psikologis.
- 4) Tahapan keempat, individu menghadapi serta berusaha menampilkan kembali sudah pasti tidak sesuai dengan aslinya mengingat hal itu dipengaruhi oleh nilai-nilai yang berlaku baik dalam lingkungan maupun kelompok-kelompok serta kondisi lainnya.
- 5) Tahapan kelima, individu menentukan suatu keputusan menerima atau menolak objek yang ada.

Dengan demikian berdasarkan prosesnya persepsi dimulai dengan rangsangan melalui panca indera. Rangsangan terhadap konsumen bermula dari individu maupun yang bermula dalam diri individu contohnya harapan, kebutuhan dan pengalaman

2. Implementasi Kebijakan

a. Pengertian Implementasi Kebijakan

Implementasi adalah pelaksanaan keputusan kebijaksanaan dasar, biasanya dalam bentuk undang-undang, namun dapat pula berbentuk perintah-perintah atau keputusan-keputusan badan

peradilan. Lazimnya, keputusan tersebut mengidentifikasi masalah yang ingin diatasi, menyebutkan secara tegas tujuan/sasaran yang ingin dicapai, dan berbagai cara menstruktur/mengatur proses implementasinya.²⁶

Dengan demikian makna dari implementasi kebijakan dapat dipandang sebagai suatu proses melaksanakan keputusan bijaksana yang dimana biasanya dalam bentuk undang-undang, peraturan pemerintah, keputusan peradilan, perintah eksklusif dan dekrit presiden.

b. Proses Implementasi Kebijakan

Proses ini berlangsung melalui sejumlah tahap tertentu, biasanya diawali dengan tahapan pengesahan undang-undang, kemudian output kebijaksanaan dalam bentuk pelaksanaan keputusan oleh badan (instansi) pelaksana kesediaan.²⁷ Proses pengimplementasian suatu kebijakan dipengaruhi oleh dua unsur yaitu: adanya program (kebijaksanaan) yang dilaksanakan, adanya target group yaitu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran, dan diharapkan akan menerima manfaat dari program kebijaksanaan, adanya unsur pelaksana (implomenter) baik organisasi maupun perorangan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan,

²⁶ Joko Pramono, *Implementasi Dan Evaluasi Kebijakan Publik* (Solo: Unisri Press, 2020)., hlm.39.

²⁷ *Ibid.*

pelaksanaan, dan pengawasan dalam proses implementasi kebijaksanaan tersebut.²⁸

Tahapan implementasi sebuah kebijakan merupakan tahapan yang krusial, karena tahapan ini menentukan keberhasilan sebuah kebijakan. Tahapan implementasi perlu rangkaian tindakan yang diambil tersebut merupakan bentuk transformasi rumusan-rumusan yang diputuskan dalam kebijakan menjadi pola-pola operasional yang pada akhirnya akan menimbulkan perubahan sebagaimana diamanatkan dalam kebijakan yang telah diambil sebelumnya. Hakikat utama implementasi adalah pemahaman atas apa yang harus dilakukan setelah sebuah kebijakan diputuskan.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Implementasi Kebijakan

Dalam pandangan George C. Edwards, implementasi kebijakan dipengaruhi oleh empat variabel, yaitu:²⁹

- 1) Komunikasi, keberhasilan implementasi kebijakan masyarakat agar implementor mengetahui apa yang harus dilakukan. Apa yang menjadi tujuan dan sasaran kebijakan harus ditransmisikan kepada kelompok sasaran. Apabila tujuan dan sasaran suatu kebijakan tidak jelas atau bahkan tidak diketahui sama sekali oleh kelompok sasaran, maka kemungkinan akan terjadi resistensi dari kelompok sasaran.

²⁸ *Ibid.*, hlm. 40.

²⁹ *Ibid.*, hlm. 40-41.

- 2) Sumber Daya, walaupun isi kebijakan sudah dikomunikasikan secara jelas dan konsisten, tetapi apabila implementator kekurangan sumberdaya untuk melaksanakan, implementasi tidak akan berjalan efektif. Sumber daya tersebut dapat berwujud sumber daya manusia, yakni kompetensi implementor dan sumber daya finansial.
- 3) Disposisi, merupakan watak dan karakteristik yang dimiliki oleh implementor, seperti komitmen, kejujuran, dan sifat demokratis.
- 4) Struktur organisasi, merupakan yang bertugas mengimplementasikan kebijakan, memiliki pengetahuan yang signifikan terhadap implementasi kebijakan.

Tahapan ini tentu saja melibatkan seluruh stakeholder (pemangku kepentingan) yang ada. Baik sektor swasta maupun publik secara kelompok maupun individual. Implementasi kebijakan meliputi tiga unsur yakni tindakan yang diambil oleh badan atau lembaga administratif; tindakan yang mencerminkan ketaatan kelompok target serta jejaring sosial politik dan ekonomi yang mempengaruhi tindakan para stakeholder tersebut. Interaksi ketiga unsur tersebut pada akhirnya akan menimbulkan dampak, baik dampak yang diharapkan maupun yang tidak diharapkan.³⁰

³⁰ *Ibid.*

Pelaksanaan kebijakan adalah sesuatu yang penting bahkan mungkin jauh lebih penting dari pada pembuatan kebijakan. Kebijakan-kebijakan hanya akan sekedar berupa impian atau rencana bagus yang tersimpan rapi dalam arsip kalau tidak di implementasikan.

3. Jaminan Produk Halal

a. Pengertian Produk Halal

Produk halal adalah produk yang tidak mengandung unsur atau barang haram dalam proses pembuatannya, serta dilarang untuk dikonsumsi umat muslim baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan pembantu lainnya termasuk bahan produksi yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan radiasi yang pengolahannya dilakukan sesuai dengan syariat Islam serta dapat memberikan manfaat yang lebih daripada mudharat.³¹

Undang-Undang Jaminan Produk Halal Nomor 33 Tahun 2014 menyebutkan bahwa “Produk Halal adalah Produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.”³² Produk halal merupakan barang atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk

³¹ Maisyarah Rahmi, *Maqasid Syariah Sertifikasi Halal*, ed. by M.S.I Dr. Zarul Arifin, 1st edn (Palembang: Bening Media Publishing, 2021)., hlm.63.

³² Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

rekayasa genetik, serta barang yang dipakai, digunakan ataupun dimanfaatkan oleh masyarakat.

b. Landasan Syariah Jaminan Produk Halal

Al-Qur'an mengisyaratkan bahwa dalam mengonsumsi tidak hanya *halal* saja, namun juga harus *thayyib*. Hal ini terbukti dengan kata-kata *halalan* dalam beberapa ayat Al-Qur'an selalu diikuti dengan kata-kata *thayyiban*. Karena tidak semua makanan yang halal akan menjadi *thayyib* bagi konsumennya. Misalnya penderita penyakit diabetes, dalam kondisi sakit dengan kadar gula yang tinggi dalam tubuhnya namun tetap saja dia mengonsumsi gula. Hal ini tentu saja membahayakan Kesehatan konsumen gula tersebut, walaupun gula tersebut halal untuk dikonsumsi namun tidak baik/*thayyib* bagi konsumen tersebut.³³

Kehalalan makanan yang dikonsumsi merupakan sebuah keharusan dan mengharuskan adanya peraturan perlindungannya. Bagi umat islam sendiri mengonsumsi makanan yang halal merupakan kewajiban untuk memenuhi perintah Allah SWT. Dalam Al-Qur'an seorang muslim diwajibkan mengonsumsi sesuatu yang halal, baik itu makanan maupun minuman dimana hal tersebut tersurat dalam beberapa ayat Al-Qur'an diantaranya:

³³ Zulham., *Hukum Perlindungan Konsumen*, Pertama (Jakarta, 2013),. hlm.110.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ^{٣٤}

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.” (Q.S. Al-Baqarah,[2]:168).³⁴

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ
تَعْبُدُونَ^{٣٥}

Artinya: “Makanlah sebagian apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai (rezeki) yang halal lagi baik dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.” (Q.S. An-Nahl,[16]:114)³⁵

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ^{٣٦}

Artinya: “Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman.” (Q.S. Al-Maidah,[5]:88)³⁶

Dari ayat-ayat tersebut dapat kita pahami bahwa Allah SWT memerintahkan umat muslim untuk memakan makanan halal yang

³⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah* (Depok: Al-Huda, 2015). hlm. 25.

³⁵ *Ibid.*, hlm. 280.

³⁶ *Ibid.*, hlm. 122.

baik serta bermanfaat bagi tubuh yang mengonsumsinya. Selain itu, Allah SWT telah memerintahkan pula agar umat muslim bisa menghindari berbagai macam perilaku buruk yang datang dari godaan setan serta patuh pada perintah Allah SWT.

Dalam memproduksi produk halal, bahan yang digunakan dalam proses produksi tidak sembarang, sebagaimana dijelaskan dalam pasal 17 UU JPH “bahan yang digunakan dalam PPH terdiri atas bahan baku, bahan olahan, bahan tambahan, dan bahan penolong. Bahan yang dimaksud berasal dari hewan, tumbuhan, mikroba, dan bahan yang dihasilkan melalui proses kimiawi, proses biologi, atau proses rekayasa genetik.”³⁷

Berdasarkan hukum yang telah ada dalam syariah Islam, makanan yang halal adalah makanan yang dibolehkan untuk dimakan. Maka sebagai seorang Muslim haruslah selalu memperhatikan segala makanan, minuman yang dikonsumsi agar terjamin kehalalannya.

Namun dalam batasan ini, belum dijelaskan kewajiban bersertifikasi halal yang boleh dimakan. Karena selama makanan itu bukan makanan yang haram dimakan seperti; daging babi, bangkai, darah, binatang yang buas. Bertaring, ular, kodok, dan lain-lain yang tidak dilarang. Maka sejatinya makanan tersebut halal atau boleh dimakan. Selama makanan tersebut diolah dengan bahan yang halal,

³⁷ Pasal 17 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

dan bahan yang halal, sudah pasti makanan tersebut adalah halal. Maka olahan yang dimasak dirumah untuk dikonsumsi sehari-hari tentulah tidak harus memiliki sertifikasi halal.³⁸

Selama makanan yang dimakan terjamin kehalalannya. Walaupun tidak memiliki sertifikasi halal, tentu makanan tersebut boleh dimakan. Karena halal menurut syariat. Tetapi yang menjadi permasalahan adalah bahan olahan yang tidak halal, atau bahan yang syubhat yang tidak jelas kehalalannya. Karena munculnya produk-produk yang tidak bersertifikasi halal dan mengandung babi, dan zat berbahaya lainnya.

Itulah sebabnya mengapa makanan yang asalnya halal menjadi haram ketika diolah menggunakan bahan olahan yang tidak halal, ini lah yang menjadi penyebab utama mengapa produk yang beredar sekarang penting untuk bersertifikasi halal. Demi kenyamanan, dan ketenangan konsumen muslim dalam mengkonsumsi makanan maupun minuman yang beredar dipasaran.³⁹

c. Dasar Hukum Jaminan Produk Halal

Kewajiban produk bersertifikasi halal sudah jelas termuat dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. Hal ini dilakukan pemerintah sebagai upaya untuk

³⁸ Maisyarah Rahmi, *Maqasid Syariah Sertifikat Halal*, ed. By M.S.I Dr. Zarul Aifiin, 1st edn (Palembang: Bening Media Publishing, 2021)., hlm. 64.

³⁹ *Ibid.*, hlm. 65

mendorong Indonesia untuk menjadi produsen produk halal. Regulasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 ini yang Sebagian ketentuannya telah diubah oleh Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, yang salah satu regulasi yang muncul adalah berubahnya sifat sertifikasi halal yang dimana sebelumnya bersifat voluntary atau sukarela bagi pelaku usaha, saat ini telah berubah yang dimana sifatnya menjadi mandatory atau wajib bagi pelaku usaha.

Ketentuan mengenai produk halal sendiri diatur sedemikian rupa dalam Undang-Undang Jaminan Produk Halal. Pokok pada Undang-Undang Jaminan Produk Halal dibagi kedalam beberapa bab, yaitu ketentuan umum, penyelenggaraan jaminan produk halal, bahan dan proses produk halal, pelaku usaha, tata cara memperoleh sertifikat halal, kerja sama internasional, pengawasan, peran serta masyarakat, ketentuan pidana.

Pada pasal 1 angka 1 telah disebutkan bahwa produk halal adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, dan atau dimanfaatkan oleh masyarakat.

Pada pasal 1 angka 5 menyebutkan bahwa “Jaminan Produk Halal yang selanjutnya disingkat JPH adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikat

halal". Dan dalam Pasal 2 Undang-Undang Jaminan Produk Halal menyebutkan bahwa penyelenggaraan JPH ini berasaskan perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas dan transparansi, efektivitas dan efisiensi, dan profesionalitas.

Kemudian pada pasal 3 Undang-Undang Jaminan Produk Halal telah dijelaskan bahwasannya penyelenggaraan JPH ini bertujuan untuk memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan serta kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengkonsumsi serta menggunakan produk, dan meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha agar memproduksi serta menjual produk halal.

Undang-Undang Jaminan Produk Halal mempunyai karakteristik yang cukup menonjol yaitu sifatnya yang mandatory atau wajib. Hal ini dapat dilihat pada pasal 4 yaitu produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikasi halal.

Dengan diberlakukannya Undang-Undang JPH ini merupakan peluang untuk menerapkan sistem perlindungan bagi konsumen. Pada hakikatnya UU JPH masuk dalam ruang lingkup UU, artinya UU JPH ada dengan tujuan untuk melindungi konsumen secara keseluruhan. Pada dasarnya setiap peraturan atau ketentuan yang dikeluarkan pemerintah pada dasarnya bertujuan

untuk mengatur segala kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia.

Kewajiban pelaku usaha untuk menjamin kehalalan produknya ini merupakan suatu bentuk perlindungan hukum bagi konsumen muslim di Indonesia. Sehingga dalam UU JPH, pelaku usaha yang tidak dapat memenuhi kewajiban tersebut diancam dengan sanksi hukuman yang bervariasi mulai dari sanksi administratif hingga sanksi pidana tergantung tingkat pelanggarannya.⁴⁰

Sedangkan untuk perusahaan yang sudah mempunyai sertifikasi halal namun tidak menjaga dengan baik kehalalannya atau terkontaminasi dengan yang haram atau najis di dalam produk tersebut, artinya pelaku tersebut telah melanggar kewajiban yang seharusnya dijaga. Pelaku usaha akan dikenakan sanksi administratif berupa: peringatan secara tertulis, denda administratif, dan penarikan keterangan sertifikat halal.

d. Prosedur Pengajuan Sertifikasi Halal

Memproduksi produk halal adalah bagian dari tanggung jawab perusahaan kepada konsumen muslim. Di Indonesia untuk menjamin kehalalan produk-produk pangan maka pemerintah telah mengeluarkan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang jaminan

⁴⁰ Bambang Sugeng, Ariadi Subagyono, and Trisadini Prasastinya Usanti, 'Perlindungan Konsumen Muslim Atas Produk Halal', *Jurnal Perspektif Hukum*, 20 (2014), 319.

produk halal. Dalam Undang-Undang tersebut mengatur tentang badan atau instansi yang terkait dengan JPH seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Pada proses sertifikasi halal ketiga badan tersebut harus bekerjasama untuk memeriksa dan menetapkan kehalalan suatu produk.⁴¹

Berikut adalah alur proses sertifikasi halal.⁴²



Gambar 2. 1 Alur Sertifikasi Halal

Untuk mengajukan permohonan sertifikasi halal, pertama kali pelaku usaha harus melakukan permohonan sertifikasi halal dengan kelengkapan dokumen pelengkap diantaranya: data pelaku

⁴¹ Ardiansyah Umar santoso, Winiati P.Rahayu, Rindit Pambayun, Giyatmi, *Pangan Indonesia Berkualitas Kumpulan Artikel Pemikiran Anggota PATPI* (Yogyakarta: Interlude, 2018)., hlm. 308.

⁴² Kementerian Agama Republik Indonesia, Alur Sertifikasi Halal, <https://kemenag.go.id/nasional/ada-1-juta-kuota-sertifikasi-halal-gratis-2023-ini-syarat-dan-alur-daftarnya-gm23w2> Diakses pada 8 November 2023 Pukul 9.31

usaha, nama dan jenis produk, daftar produk dan bahan yang digunakan, pengolahan produk, dan dokumen sistem jaminan halal.

Setelah itu proses dilanjutkan oleh BPJPH dengan memeriksa kelengkapan dokumen dan menetapkan lembaga pemeriksa halal. Dan selanjutnya proses akan dilakukan oleh LPH yaitu dengan memeriksa atau menguji kehalalan produk, Kemudian akan ditindaklanjuti oleh MUI untuk menetapkan kehalalan produk melalui sidang Fatwa Halal, dan kemudian proses terakhir yang dilakukan oleh BPJPH adalah dengan menerbitkan sertifikasi halal.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai pijakan dalam melakukan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian
1	Shanti Novia (2022) ⁴³	Persepsi Pelaku UMKM Kopi Bubuk terhadap Sertifikasi Produk Di Kabupaten Lampung Barat	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi pelaku UMKM kopi bubuk sangat positif terhadap sertifikasi produk, dimana para pelaku UMKM kopi bubuk menganggap bahwa sertifikasi produk itu sangatlah penting baik sebagai bentuk izin usaha maupun menjadi jaminan keberlangsungan

⁴³ Shanti Novia, 'Persepsi Pelaku UMKM Kopi Bubuk Terhadap Sertifikasi Produk Di Kabupaten Lampung Barat' (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, 2022), hlm 65.

			usaha dimasa yang akan datang. Disisi lain pelaku UMKM kopi bubuk di Kabupaten Lampung Barat juga memiliki memiliki minat yang tinggi dalam mensertifikasi produk mereka. Hal tersebut dikarenakan sertifikasi produk memberikan dampak yang positif bagi keberlangsungan usaha.
	Persamaan	Penelitian ini sama-sama meneliti mengenai persepsi jaminan produk halal, dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.	
	Perbedaan	Perbedaan dari penelitian ini adalah bertujuan mengetahui persepsi pelaku usaha terkhususnya pelaku usaha makanan dan minuman dalam pengimplementasian jaminan produk halal.	
2	Ufairoh Asma Qoni'ah (2023) ⁴⁴	Analisis Persepsi dan Respon Pelaku UMKM terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal (Studi Kasus Pada Rumah Potong Ayam di Kabupaten Banyumas)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa 2 dari 6 RPA yang menjadi sampel penelitian belum mengetahui tentang kewajiban sertifikasi halal dikarenakan kurang adanya sosialisasi dari pemerintah. Tanggapan dari pemilik RPA yaitu mereka setuju dengan kewajiban tersebut, namun terdapat beberapa kendala yang dialami sehingga belum dapat memenuhi persyaratan pengajuan untuk mendapatkan sertifikasi halal. Hasil analisis

⁴⁴ Ufairoh Asma Qoni'ah, 'Analisis Persepsi Dan Respon Pelaku UMKM Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal (Studi Kasus Pada Rumah Potong Ayam Di Kabupaten Banyumas)' (Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri, 2023), hlm. 60.

			respon dibagi menjadi dalam 3 aspek, yaitu respon kognitif, afektif, dan psikomotorik. Pada setiap aspek respon terdapat 3 macam spesifikasi, yaitu pada persyaratan untuk pengajuan sertifikat halal seperti pelatihan juru sembelih halal, penyelia halal dan lokasi pemotongan. Analisis persepsi dan respons mereka dapat menjadi dasar bagi pemerintah, lembaga sertifikasi, dan pihak terkait lainnya untuk mengembangkan pendekatan yang lebih efektif dalam mendukung UMKM dalam memenuhi kewajiban sertifikasi halal.
	Persamaan	Penelitian ini sama-sama meneliti mengenai persepsi jaminan produk halal, dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.	
	Perbedaan	Dalam penelitian yang telah dilakukan bertujuan melakukan perbandingan persepsi pemilik rumah potong ayam terhadap kewajiban sertifikasi halal. Sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi pelaku usaha makanan dan minuman terhadap pengimplementasian jaminan produk halal.	
3	Iis Sutardi (2019) ⁴⁵	Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada	Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan analisis persepsi konsumen tentang labelisasi halal

⁴⁵ Iis Sutardi, 'Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Ditinjau Perspektif Ekonomi Syariah Di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8.1 (2019), 77–88.

	<p>Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Ditinjau Perspektif Ekonomi Syariah Di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis.</p>	<p>pada pembelian produk makanan impor dalam kemasan ditinjau perspektif ekonomi syariah di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis dikatakan “Baik” dengan persentase 74% yang berada pada 60%-80%. Adapun faktor yang menentukan persepsi konsumen tentang labelisasi halal pada pembelian produk makanan impor dalam kemasan ditinjau perspektif ekonomi syariah di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis yaitu faktor memilih. Dalam menentukan (mengambil dan sebagainya) sesuatu yang dianggap sesuai dengan kesukaan selera dan sebagainya. Sedangkan mengatur yakni tentang kepastian hukum yang berlaku tentang produk makanan yang berlabel halal. Menafsirkan apakah produk makanan impor dalam kemasan sudah berlabel halal MUI.</p>
<p>Persamaan</p>	<p>Penelitian ini sama-sama meneliti mengenai implementasi jaminan produk halal, dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.</p>	
<p>Perbedaan</p>	<p>Pada penelitian yang telah dilakukan peneliti menganalisis persepsi konsumen tentang labelisasi halal pada sebuah produk. sedangkan pada penelitian ini akan menganalisis persepsi pelaku usaha dalam pengimplementasian jaminan produk halal.</p>	

4	Siti Hoiriyatul Muawwanah dan Ahmad Makhtum (2022) ⁴⁶	Analisis Persepsi Sertifikasi Halal Pada Pelaku Usaha Kecil Mikro Di Kabupaten Sumenep	Hasil dari penelitian diatas menunjukkan bahwa para narasumber cukup mengetahui tentang adanya sertifikasi halal. Pemahaman para pelaku usaha diatas terkait pentingnya sertifikasi halal berdampak pada kepemilikan sertifikasi halal para pelaku usaha makanan dan minuman di Kabupaten Sumenep. Sebagian dari pelaku usaha diatas ada yang sudah sejak lama memiliki sertifikasi halal. Sedangkan pelaku usaha lain yang belum memiliki sertifikasi halal pada produknya juga sudah melakukan pendaftaran halal dan sedang dalam proses. Kesadaran mereka akan pentingnya sertifikasi halal begitu tinggi, karena para pelaku usaha di Kabupaten Sumenep memahami bahwasannya sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap pemasaran produk mereka.
	Persamaan	Penelitian ini sama-sama meneliti mengenai implementasi jaminan produk halal, dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.	
	Perbedaan	Pada penelitian yang telah dilakukan peneliti menganalisis persepsi sertifikasi halal pada pelaku Usaha Kecil Mikro. Sedangkan pada penelitian yang akan diteliti lebih	

⁴⁶ Makhtum Siti Hoiriyatul, Muawwana; Ahmad, 'Analisis Persepsi Sertifikasi Halal Pada Pelaku Usaha Kecil Mikro Di Kabupaten Sumenep', *Jurnal BILAL: Bisnis Ekonomi Halal*, 3.2 (2022), 140–48.

		menganalisis bagaimana persepsi pelaku usaha makanan dan minuman dalam pengimplementasian jaminan produk halal.	
5	Nur Dwi Astutik, Ahmad Ahsin Kusuma Mwardi, dan Agus Mahardiyanto (2021) ⁴⁷	Persepsi Konsumen Muslim terhadap Sertifikasi Halal pada De Dapoer Rhadana Hotel Kuta Bali.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen muslim terhadap sertifikasi halal yang ada pada De Dapoer - Rhadana Hotel Kuta Bali beranggapan atau berpersepsi bahwa sertifikasi halal itu penting. Karena responden mengetahui bahwa untuk menjamin kehalalan suatu produk dengan cara adanya label sertifikasi halal. Hasil akhir penelitian menunjukkan bahwa konsumen menganggap sertifikasi halal itu penting
	Persamaan	Penelitian ini sama-sama meneliti mengenai implementasi jaminan produk halal, dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.	
	Perbedaan	Pada penelitian yang telah dilakukan peneliti menganalisis persepsi konsumen tentang sertifikasi halal. sedangkan pada penelitian ini akan menganalisis persepsi pelaku usaha dalam pengimplementasian jaminan produk halal.	

Dari beberapa uraian di atas dapat diketahui bahwa relevansi penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai persepsi pemilik usaha atau UMKM bahkan Konsumen mengenai jaminan produk halal melalui sertifikasi halal. Akan tetapi, dalam penelitian

⁴⁷ Nur Dwi Astutik, Ahmad Ahsin, and Kusuma Mawardi, 'Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikasi Halal Pada De Dapoer Rhadana Hotel Kuta Bali', *Jurnal Al-Qard*, 6.1 (2021), 67–75.

ini peneliti memfokuskan penelitian mengenai persepsi pelaku usaha makanan dan minuman dalam pengimplementasian jaminan produk halal, serta objek yang diteliti adalah pelaku usaha makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya sebagai pembaharuan pada penelitian ini.

C. Kerangka Pemikiran

Sebagaimana yang dikatakan oleh Vina Sri Yuniarti Persepsi merupakan serangkaian proses dengan mengorganisasikan dan kegiatan memaknai suatu kesan-kesan indera agar dapat memberikan suatu arti khusus terhadap lingkungan sekitar. Setiap orang dapat mempersepsikan suatu hal berbeda dengan kenyataan yang objektif.⁴⁸ Persepsi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah persepsi yang bersifat pribadi berdasarkan pengalaman mandiri. Suherman mengatakan persepsi yang terjadi berdasarkan sebuah rangsangan dari dalam diri setiap individu dinamakan *Self Perception*.⁴⁹

Untuk mendapatkan informasi mengenai munculnya sebuah persepsi yaitu menggunakan jenis persepsi secara visual dan auditori. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Suhaman terkait persepsi dapat diperoleh dari beberapa jenis diantaranya visual, auditori, perabaan, penciuman, dan pengecap.⁵⁰ Informasi tersebut mengenai jaminan produk halal yang diantaranya pandangan pelaku usaha terhadap produk halal, tingkat kepentingan jaminan produk halal bagi pelaku usaha, manfaat

⁴⁸ Vina Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm. 110.

⁴⁹ Suharman, *Psikologi Kognitif* (Surabaya: Srikandi, 2005), hlm. 62.

⁵⁰ *Ibid.*

jaminan produk halal dan tanggapan pelaku usaha terhadap kewajiban sertifikasi halal.

Setelah diteliti maka akan diperoleh persepsi positif atau persepsi negatif dari pelaku usaha makanan dan minuman di Kecamatan Bungursari dalam pengimplementasian jaminan produk halal. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Robbins sebagaimana dikutip oleh Irawan, persepsi dibagi menjadi dua yaitu, persepsi positif yang dimana merupakan sebuah penilaian individu terhadap suatu objek atau informasi dengan pandangan yang positif atau sesuai dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan atau dari aturan yang ada. Sedangkan persepsi negatif merupakan persepsi individu terhadap suatu objek atau informasi tertentu dengan pandangan yang negatif, dan berlawanan dengan apa yang diharapkan dari objek atau dari aturan yang ada.⁵¹

Berikut merupakan kerangka pemikiran dalam penelitian ini:



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran

⁵¹ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm. 110.