

PERSEPSI DOSEN FEBI TERHADAP LOGO HALAL BARU
(Tinjauan Perilaku Konsumen Muslim)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dalam Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :
Jamaludin Hasan
NIM : 1941006

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
MANADO**

1444 H/ 2023 M

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Jamaludin Hasan
NIM : 1941006
Program : Sarjana (Strata Satu)
Institusi : IAIN Manado

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 09 Juni 2023

Saya yang menyatakan,



004AKX466484188
Jamaludin Hasan

NIM. 1941006

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
Di
Manado,-

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara/i:

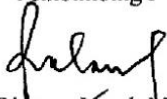
Nama : Jamaludin Hasan
NIM : 1941006
Judul Skripsi : Persepsi Dosen FEBI Terhadap Logo Halal Baru
(Tinjauan Perilaku Konsumen Muslim)

Sudah dapat diajukan untuk ujian Skripsi. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Manado, Juni 2023

Pembimbing I



Hi. Ridwan Jamal, M.H.I.
NIP. 196512311998031008

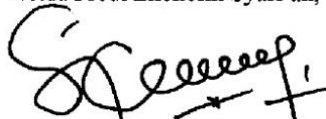
Pembimbing II



Telsy Fratama Dewi Samad, M.S.I.
NIP. 199008192019032008

Mengetahui;

Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah,



Sjamsuddin A.K. Antuli, S.Ag., M.A.
NIP. 197611262003121003

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, “**Persepsi Dosen FEBI Tentang Logo Halal Baru (Tinjauan Konsumen Muslim)**” yang disusun oleh Jamaludin Hasan, NIM: 1941006, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Manado, telah diuji dan di pertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada 06 Juni 2023 bertepatan dengan 17 Dhu’l-Qi’dah 1444 H dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah, dengan beberapa perbaikan.

Manado, 09 Juni 2023

17 Dhu’l-Qi’dah 1444 H

DEWAN PENGUJI :

Ketua	: Hi. Ridwan Jamal, M.HI	
Sekretaris	: Telsy Fratama Dewi Samad, M.S.I	
Munaqisy I	: Dr. Andi Mukarramah Nagauleng, M.Pd	
Munaqisy II	: Chadijah Haris, M.M	
Pembimbing I	: Hi. Ridwan Jamal, M.HI	
Pembimbing II	: Telsy Fratama Dewi Samad, M.S.I	

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum

NIP. 19803242006042003

MOTTO

“Meyakini dengan Sepenuh Hati dan Mengerjakan dengan Hati yang Tenang”

-Jamaludin Hasan

ABSTRACT

Name : Jamaluddin Hasan
Student Number : 1941006
Faculty : Islamic Economics and Business
Study Program : Sharia Economics
Title : Perceptions of FEBI Lecturers About the New Logo of *Halal* (Review of Muslim Consumer Behavior)

The appearance of the new logo of *halal*, which was officiated in early 2022, has become a hot issue discussed among policy makers, academics, and the general public of Indonesia. This paper aims to look at the perceptions of lecturers at the Islamic Faculty of Economics and Business (FEBI) at IAIN Manado regarding their views on the appearance of the new logo of *halal* in terms of Muslim consumer behavior theory. Descriptive qualitative methods were used in this study through interviews with 8 FEBI lecturers. The researcher, then, described carefully the lecturers' perceptions of the new logo which refers to the theory of Muslim consumer behavior. The results of this study revealed that 5 out of 8 lecturers disagreed with the appearance of the new logo based on consideration that the previous logo is easier for Muslim consumers from various backgrounds to recognize. The previous logo is recognizable because it is based on clear Arabic writing. Meanwhile, the other 3 gave the opposite response. They like the new look of the logo of *halal* based on the aesthetic value of Muslim consumer preferences. It can be concluded that most FEBI IAIN Manado lecturers prefer the look of the old logo of *halal* which is easier to recognize. Since it is written in clear Arabic symbols it is recognizable by all levels of society.

Keywords: *Perception, Logo of Halal, Muslim consumer behavior*



Abstrak

Nama : Jamaludin Hasan
NIM : 1941006
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Persepsi Dosen FEBI Tentang Logo Halal Baru (Tinjauan Perilaku Konsumen Muslim)

Tampilan logo halal baru yang di resmikan di awal tahun 2022 menjadi isu hangat masyarakat Indonesia yang ramai di perbincangkan mulai dari kalangan pembuat kebijakan, akademisi, hingga masyarakat umum. Tulisan ini bertujuan untuk melihat persepsi dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado terkait pandangan mereka terhadap tampilan logo halal baru yang di tinjau dari teori perilaku konsumen Muslim. Metode kualitatif deskriptif di gunakan dalam penelitian ini melalui *interview* dengan 8 dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado, peneliti kemudian memaparkan secara seksama terkait persepsi dosen FEBI terhadap logo halal baru yang mengacu pada teori perilaku Konsumen Muslim. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa 5 dari 8 dosen kurang setuju dengan tampilan logo halal baru berdasarkan pertimbangan perilaku konsumen muslim yang melihat bahwa logo halal sebelumnya memberikan kemudahan bagi konsumen muslim dari berbagai kalangan dalam mengenal produk halal berdasarkan tulisan atau simbol arab (keislaman) yang jelas dan mudah untuk dikenali. Sedangkan, 3 lainnya memberikan tanggapan sebaliknya yakni menyukai tampilan baru logo halal baru berdasarkan nilai estetika dari preferensi konsumen Muslim. Dapat disimpulkan bahwa kebanyakan dosen FEBI IAIN Manado cenderung memilih tampilan logo halal lama yang memberikan kemudahan dalam mengenali produk dengan simbol arab (keislaman) yang jelas dan mudah untuk dikenali oleh semua kalangan masyarakat.

Kata kunci : Logo Halal, Perilaku konsumen Muslim, Persepsi.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji Syukur Kehadirat *Allah Subhanahu Wa Ta'ala* Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan mengambil judul “*Persepsi Dosen FEBI Terhadap Logo Halal Baru (Tinjauan Perilaku Konsumen Muslim)*”. Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebahagian syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E) bagi mahasiswa program S-1 di program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado. Penulis menyadari bawa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

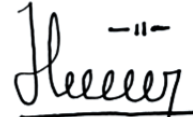
Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari banyak pihak yang membantu, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menuturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun material baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada kedua orang tua saya Alm. Mama Sitriya A, Mootalu dan papa Syafrudin Hasan, serta adik Julfira Hasan yang selalu mendukung, mendoakan menemani serta selalu ada dalam segala urusan dan selama proses Pendidikan sampai mampu menyelesaikan studi S-1. Serta pihak yang terkait yang saya hormati:

1. Bapak Delmus Puneri Salim, Ph.D, selaku rektor Institut Agama Islam Negeri Manado, Bapak Dr. H. Ahmad Rajafi, M.HI, selaku Wakil Rektor I, Ibu Dr, Radlyah Hasan Jan, M.Si, selaku Wakil Rektor II dan Ibu Dr. Musdalifah Dachrud, M,PS.I selaku Wakil Rektor III.
2. Ibu Dr. Rosdalina Bukido, S.Ag., M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Ibu Dr. Andi Mukarramah Nagauleng, M.Pd selaku Wakil Dekan I, Bapak H. Ridwan Jamal, M.HI selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Munir Tubagus, M.Cs selaku Wakil Dekan III.

3. Bapak Sjamsuddin A.K. Antuli, M.A, selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan Ibu Telsy Fratama Dewi Samad, M.S.I selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Fanny Zaman S,Ag selaku Kabag FEBI beserta seluruh tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.
5. Bapak H. Ridwan Jamal, M.HI selaku Pembimbing I yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Mam Telsy Fratama Dewi Samad selaku Pembimbing II yang senantiasa memberikan masukan, motivasi, serta arahan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada diri sendiri, yang sudah mampu menyelesaikan skripsi ini. Mampu melewati segala cobaan, rintangan, di mana sempat *down* karna beberapa faktor, akan tetapi bisa bangkit kembali dan terus berusaha hingga sampai di titik ini. Kamu makhluk ciptaan Allah SWT. yang diciptakan untuk bisa menyelesaikan segala urusan dengan caramu dan membahagiakan diri sendiri dan orang-orang yang ada di sekitarmu.
8. Terima kasih kepada mam Fitria Ayu Lestari Niu M.S.A., Ak, Bapak Nur Shadiq Sandimula, M.E, mom Chadijah Haris yang terus memberikan suport serta membantu dalam proses penyusun skripsi ini.
9. Terima kasih kepada teman-teman komunitas satu arah yang selalu membuat suana ketika menyusun skripsi menjadi bahagia dengan segala bentuk candaan dan sifat yang berbeda-beda akan tetapi bisa satu pemahaman.
10. Terima kasih kepada bank Indonesia yang telah memberikan beasiswa kepada saya selama empat semester serta bisa tergabung dalam komunitas Generasi Baru Indonesia komisariat IAIN Manado.
11. Terima kasih kepada sahabatnya Jamaal, Muh. A'raf Syamsudin, Wanda Lausu, Zulfikram B. Syahrain, Viqi Agil Mustafah Boyoh, Moh. Rifaldy C. Tuino, Fatha Alamri, yang selalu mendengarkan segala bentuk curhatan, segala keluh kesah serta menjadi pendengar dan motivator yang baik sehingga skripsi ini bisa diselesaikan.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Manado, 09 Juni 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jamaludin Hasan', with a horizontal line underneath. Above the signature, there are two small horizontal dashes.

Jamaludin Hasan

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
<i>Abstract</i>	v
Abstrak	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Kegunaan Penelitian.....	5
G. Definisi Operasional.....	6
H. Penelitian terdahulu yang relevan	7
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Persepsi	10
B. Logo Halal.....	17
C. Ekonomi Syariah.....	23
D. Teori Perilaku Konsumen dalam Islam.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Tempat dan Waktu Penelitian	33
B. Rancangan Penelitian	33
C. Data dan Instrumen	34
D. Teknik Pengumpulan Data.....	35

E. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	40
B. Hasil Penelitian.....	45
C. Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	

Daftar Tabel

Tabel 4. 1 Nama dan Fakultas.....	46
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Informan.....	46

Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Logo Peringatan Produk berbahan Babi.....	19
Gambar 2. 2 Logo Halal MPOM MUI.....	21
Gambar 2. 3 Logo Halal BPJPH	23

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sekarang ini sedang berkembang yang namanya halal *value chain* atau rantai nilai halal. Halal *Value chain* merupakan strategi dari pemerintah untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah dan industri halal dunia. Hal ini merupakan upaya terintegrasi industri mulai dari input, produksi, distribusi, pemasaran, dan konsumsi. Dalam menghasilkan produk halal, memilah bahan baku perlu di perhatikan, begitu juga dengan teknologi pengolahan yang di gunakan.¹ dalam halal *value chain* sendiri di dalamnya membahas mengenai halal *food*. Hal tersebut identik dengan bagaimana makanan atau minuman yang di konsumsi oleh setiap orang terjamin kehalalannya di dalam produk tersebut. Hal ini di atur oleh lembaga yang mengeluarkan sertifikasi halal yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama.

Sertifikasi halal merupakan salah satu bentuk perlindungan yang diterbitkan oleh negara untuk masyarakatnya yang beragama Islam agar terhindar dari haramnya suatu produk.² Sertifikasi halal bukan saja sebuah kewajiban melainkan memberikan banyak manfaat, mulai dari kehalalan dalam membeli atau mengonsumsi sebuah produk makanan maupun minuman, terhindar dari barang yang terdapat keharaman di dalamnya, terciptanya rasa aman dalam mengonsumsi produk, terhindar dari sesuatu yang diharamkan dan dilarang dalam agama Islam, serta kepastian dan kejelasan tentang kehalalan dari suatu produk. Halal Merupakan sebuah kewajiban bagi seorang Muslim dalam

¹ Nabil Jundu Muhammad, 'Halal Value Chain Dan Peran Penting Dalam Industri Halal', 2022 <<https://www.kompasiana.com/nabiljundu/622999be7a36cd26a17b8c52/halal-value-chain-dan-peran-pentingnya-dalam-industri-halal#:~:text=Halal Value Chain atau dapat,dengan teknologi pengolahan yang digunakan.>> [accessed 31 May 2023].

² Desi Indah Sari, 'Perlindungan Hukum Atas Label Halal Produk Pangan Menurut Undang-Undang', *Repertorium: Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan*, 7.1 (2019), 1 <<https://doi.org/10.28946/rpt.v7i1.264>>.

mengonsumsi sebuah produk makanan dan minuman yang halal. Beberapa produk makanan maupun minuman yang beredar memberikan label halal untuk menargetkan pasarnya pada umat Muslim.³ pemilik produk makanan atau minuman mensertifikasi halal produk yang diproduksi dan menempelkan sebuah logo halal di kemasannya merupakan salah satu cara dalam memberikan informasi kepada para konsumen bahwa produk mereka merupakan produk yang halal dan baik. Sertifikasi halal dengan mencantumkan logo halal dalam produknya merupakan cara meyakinkan kepada konsumen bahwa produk yang telah dibuat terjamin kehalalannya dan telah di uji kehalalan dari produk tersebut.⁴

Umat Muslim yang ada di Indonesia mencari produk yang bersertifikasi halal dengan adanya logo halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebelum berlakunya undang-undang nomor 30 tahun 2014 tentang jaminan Halal dan peraturan Pemerintah (PP) Nomor 39 tahun 2021.⁵ Akan tetapi sekarang ini logo halal telah diperbaharui dan telah berpindah alih otoritas yang sebelumnya diberi wewenang kepada Majelis Ulama Indonesia (MUI) berpindah ke Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). BPJPH adalah sebuah badan penyelenggara baru di Kementerian Agama yang diberi tugas untuk menyelenggarakan jaminan produk halal. Berdasarkan undang-undang pasal 6 nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal, BPJPH merupakan satu-satunya lembaga yang diberi kewenangan untuk menyelenggarakan sertifikasi produk halal di Indonesia. Maka dari itu proses

³ Dwi Agustina Kurniawati And Hana Savitri, 'Awareness Level Analysis Of Indonesian Consumers Toward Halal Products', *Journal Of Islamic Marketing*, 11.2 (2020), h. 522–46 <<https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2017-0104>>.

⁴ Abdalla Mohamed Bashir, 'Effect Of Halal Awareness, Halal Logo And Attitude On Foreign Consumers' Purchase Intention', *British Food Journal*, 121.9 (2019), 1998–2015 <<https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2019-0011>>.

⁵ Bintan Dzumirroh Ariny And Nurhasanah, 'Dampak Positif Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Dalam Menciptakan Sistem Jaminan Produk Halal Di Indonesia', *Syarie: Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam*, 3.2 (2020), h. 198–218 <<https://stai-binamadani.e-journal.id/syarie/article/view/204/170>>.

sertifikasi produk halal tidak lagi dipegang oleh Lembaga pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI).

Sejak ditetapkannya logo halal baru di Indonesia sebagaimana surat dari Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) nomor 40 tahun 2022 tepatnya tanggal 01 Maret 2022 mulai berlakunya logo halal yang baru. Berdasarkan *website* KOMPAS.COM, bahwasanya logo halal baru yang diterbitkan oleh badan penyelenggara jaminan produk halal (BPJPH) menuai pendapat yang beragam dari kalangan masyarakat. Logo halal baru dari segi bentuknya tentu berbeda dengan *design* yang ada sebelumnya. Di mana logo halal yang baru lebih mencolok, bisa dilihat dari segi warna yaitu berwarna ungu dan tulisan halal yang tertuang dalam logo tersebut bentuknya menyerupai sebuah gunung dalam perwayangan. Di bawah tulisan kaligrafi berbentuk gunung tersebut terdapat tulisan latin yang bertuliskan halal Indonesia. Sedangkan logo halal lama yang diterbitkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) tertera huruf arab yang bertuliskan halal, berlatar warna hijau, di bagian bawahnya tertera tulisan halal menggunakan alfabet latin berwarna putih. Kemudian pada sekeliling tulisan latin maupun arab terdapat tulisan Majelis Ulama Indonesia berlatar hitam dan tulisannya berwarna putih.⁶ Kepala BPJPH menjelaskan bahwa logo halal baru memiliki dua bentuk objek yaitu objek gunung dan kedua objek motif surjan atau lurik gunung pada wayang kulit yang berbentuk limas lancip ke atas.⁷

Perubahan total pada logo halal baru menjadi sebuah upaya pemerintah untuk memberikan kesan baru pada logo halal. Hal ini juga berdampak bagi para produsen barang/jasa, di mana banyak para produsen barang/jasa memperbaharui logo halal yang terdapat dalam produk yang mereka miliki.

⁶ Maulana Ramadhan, 'Makna Logo Halal Baru Dan Tanggapan Kemenag Soal Kemiripannya Dengan Gunung Wayang', *Www.KOMPAS.Com*, 2022 <<https://www.kompas.com/wiken/read/2022/03/13/150500681/makna-logo-halal-baru-dan-tanggapan-kemenag-soal-kemiripannya-dengan?page=2>> [Accessed 10 February 2022].

⁷ BPJPH, 'Ditetapkan, Label Halal Indonesia Berlaku Nasional', *Halal.Go.Id*, 2022 <<http://halal.go.id/beritalengkap/566>> [Accessed 10 February 2023].

Logo halal juga berdampak bagi perekonomian para produsen barang/jasa. Banyak para pembeli/pemakai khususnya umat muslim apabila ingin membeli sebuah produk barang/jasa akan melihat apakah produk tersebut halal untuk dipakai/dikonsumsi. Hal tersebut bisa dilihat dari logo halal yang tertera dalam sebuah kemasan produk barang/jasa.

Dosen sebagai bagian dari elemen masyarakat diharapkan dapat memberikan tanggapan mereka terkait dengan logo halal yang baru di tinjau dari teori perilaku konsumen muslim. Terlebih dosen FEBI yang di mana fokus bidang keilmuannya yaitu bidang ekonomi Islam serta merupakan orang yang memiliki wawasan keilmuan yang lebih luas dibandingkan masyarakat pada umumnya. Pemahaman para dosen terkait dengan logo halal baru juga berpengaruh pada cara berpikir dan *mindset* mahasiswa. Para dosen merupakan salah satu akses untuk mendapatkan ilmu mengenai sertifikasi halal maupun logo halal yang baru. Oleh karena itu kajian terkait persepsi dari para dosen terhadap logo halal baru menjadi jalan untuk memberikan pemahaman kepada para mahasiswa yang nantinya bisa menyampaikan ilmu yang telah di dapat kepada masyarakat.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka dari itu penulis ingin meneliti terkait dengan bagaimana persepsi para dosen di Fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Manado tentang logo halal baru yang ada di Indonesia, dengan judul “ **Persepsi Dosen FEBI Terhadap Logo Halal Baru (Tinjauan Perilaku Konsumen Muslim)**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi ada beberapa masalah terkait dengan penelitian yaitu :

1. Logo Halal baru menuai pendapat beragam dari masyarakat
2. Design logo halal baru berubah total
3. Logo Halal dapat meningkatkan perekonomian

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas terdapat masalah yang kompleks sehingga perlu pembatasan masalah yang diteliti, maka penelitian ini dibatasi pada “Persepsi dosen FEBI terhadap logo halal baru(Tinjauan Perilaku Konsumen Muslim)”

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana Persepsi Dosen FEBI IAIN Manado terhadap Logo Halal Baru (Tinjauan Perilaku Konsumen Muslim)?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Persepsi Dosen FEBI IAIN Manado terhadap Logo Halal Baru (Tinjauan Perilaku Konsumen Muslim).

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat untuk keperluan instansi atau pihak-pihak yang membutuhkan baik secara teoritis maupun praktis, di antaranya :

1. Manfaat secara teoritis

Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan serta pengetahuan yang baru terkait dengan persepsi dosen terhadap logo halal baru. Penelitian ini diharapkan penulis dan semua pihak dapat memahaminya dan semoga dapat memperluas khazanah keilmuan keislaman terutama dalam bidang Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya bagi peneliti, dan bagi pembaca pada umumnya serta menjadi rujukan bagi penelitian berikutnya tentang logo halal baru.

2. Manfaat secara Praktisi

a. Bagi Peneliti dapat dijadikan sebagai wadah pengaplikasian teori yang diperoleh selama perkuliahan, juga menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, serta menjadikan sarana untuk menemukan solusi dari permasalahan-permasalahan di bidang ekonomi.

- b. Bagi Institusi diharapkan hasil penelitian ini dijadikan bahan pertimbangan serta evaluasi dalam pembelajaran.
- c. Bagi FEBI IAIN Manado diharapkan penelitian ini dapat memberikan referensi baru terkait dengan persepsi dosen tentang logo halal baru (Tinjauan Perilaku Konsumen Muslim).
- d. Bagi Masyarakat diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan dan memberikan informasi kepada masyarakat tentang persepsi dosen FEBI Tentang Logo Halal baru (Tinjauan Perilaku Konsumen Muslim).

G. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti dapat diklasifikasikan menjadi 4 yaitu :

1. Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses individu dalam mengamati lingkungan dengan menggunakan panca indera yang dimiliki sehingga sadar akan segala sesuatu yang ada di lingkungan sekitar, atau suatu proses seseorang dalam memahami informasi yang ada di lingkungan sekitar baik lewat pendengaran, penglihatan, penghayatan, perasaan, maupun penciuman.⁸

2. Dosen

Dosen merupakan Tenaga pendidik profesional dan ilmuwan dengan tugas utama mentransformasikan, mengembangkan, dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni melalui pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.⁹

⁸ Mawaddah Irham, 'Analisis Persepsi Dosen Terhadap Perbankan Syariah', *Jurnal Ekonomi Islam*, 4 (2019), h. 436–456.

⁹ Reyna Virginia Nona And Others, 'Persepsi Dosen Universitas Flores Terhadap Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka', *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4.1 (2021), h. 763–777 <<https://doi.org/10.31004/Edukatif.V4i1.1976>>.

3. Logo Halal

Logo halal atau disebut juga label halal berdasarkan peraturan pemerintah nomor 69 tahun 1999 tentang label halal dan iklan pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan dalam kemasan, ditempelkan pada kemasan atau merupakan bagian kemasan pangan.¹⁰

4. Perilaku Konsumen

Menurut penafsiran Sunyoto perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang turut serta dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan dalam mempersiapkan dan menentukan kegiatan-kegiatan tersebut.¹¹

H. Penelitian terdahulu yang relevan

1. Reyna Virginia Nona, Falentina Lucia Banda, Ernesta Leha, Philipus Neriussupardi, Konstantus Denny Parera Meke, Lely Suryani dalam penelitian berjudul “Persepsi Dosen Universitas Flores Terhadap Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka” tahun 2022 karya ilmiah menggunakan metode survei dengan jumlah responden 184 orang. Penelitian ini berbentuk jurnal di mana dengan hasil penelitian bahwa dosen memperoleh informasi MBKM dari berbagai sumber sehingga memiliki pengetahuan tentang MBKM. Persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu Penelitian ini sama-sama membahas mengenai bagaimana persepsi dari para dosen. Sedangkan perbedaannya yaitu saya menggunakan metode penelitian kualitatif, dan hanya membutuhkan informan kurang dari 10 orang.¹²
2. Telsy Fratama Dewi Samad dalam penelitian berjudul “Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Peferensi Konsumen pada Restoran Pizza Hut dan

¹⁰ Ahmad Izzuddin, ‘Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner’, Jurnal Penelitian Ipteks, 2 (2018), h. 105.

¹¹ Rene Johannes Jefri Putri Nugraha, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rojiati, Gazi Saloom, Fathihani, *Teori Perilaku Konsumen*, ed. by M.T Ahmad Jibril, S.T., 1st edn (Pekalongan, Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management (Penerbit NEM-Anggota IKAPI), 2021), p. 2.

¹² Nona and others.

KFC di Yogyakarta” tahun 2019 menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode *random sampling*. Penelitian ini berbentuk jurnal dimana dengan hasil penelitian bahwa secara keseluruhan tingkat rata-rata persepsi responden terhadap label halal baik. Persamaan dengan penelitian yang saya lakukan adalah sama-sama membahas terkait dengan persepsi juga membahas mengenai label halal/logo halal. Sedangkan perbedaannya terdapat pada metode, dan objek penelitiannya. Di mana metode penelitian yang saya pakai yaitu metode kualitatif, dan objek penelitian saya yaitu para dosen yang ada di FEBI IAIN Manado.¹³

3. Abdul Rachman, Maemunah, Mariya Ulpah dalam penelitian berjudul “Desain Baru Logo Halal Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal; Antara Urgensi, Seni, dan Esensi” tahun 2022, menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini berbentuk jurnal di mana dengan hasil penelitian bahwa dalam pergantian total logo halal bukan hal yang urgensi dalam upaya perbaikan kualitas pelayanan jaminan produk halal di Indonesia. Desain logo Halal BPJPH lebih mengedepankan artistik dibandingkan tulisan Halal dalam bahasa Arab sebagai tanda bahwa produk tersebut “halal” sehingga sulit terbaca sebagai tanda “halal”. Esensi logo halal adalah sebagai tanda bahwa produk tersebut sudah tersertifikasi halal oleh BPJPH sehingga kepastian tulisan halal lebih dipertimbangkan. Persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama-sama memakai metode penelitian kualitatif dan juga membahas mengenai logo halal baru. Sedangkan perbedaannya yaitu saya hanya sebatas membahas tentang persepsi dosen tentang logo halal baru.¹⁴
4. Andra Putri Devina dalam penelitiannya berjudul “Opini Masyarakat Kelurahan Pangkalan Masyhur Kota Medan Tentang Kontroversi Logo

¹³ Telsy Fratama Dewi Samad, ‘Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Preferensi Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Dan KFC Di Yogyakarta’, *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.1 (2019), 1 <<https://doi.org/10.22219/jes.v4i1.7960>>.

¹⁴ Mariya Ulpah Rachman, Abdul, Maemunah, ‘Desain Baru Logo Halal Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal; Antara Urgensi, Seni, Dan Esensi’, *El-Buhuth*, 4 (2022).

Baru Halal Indonesia” tahun 2022 di mana menggunakan metode penelitian kualitatif. Karya tulis ilmiah ini berbentuk skripsi dengan hasil penelitian yaitu opini masyarakat terhadap logo halal baru Indonesia menuai kontroversi ditengah-tengah masyarakat. Masyarakat menilai bahwa logo tersebut tidak perlu diganti dan jauh sekali dari ciri khas Islam. Persamaan dengan penelitian saya yaitu sama-sama membahas mengenai opini masyarakat umum tentang logo halal baru. Sedangkan perbedaannya yaitu saya lebih spesifik ke persepsi para dosen tentang logo halal baru.¹⁵

5. Taufik Hidayanto dalam penelitiannya berjudul “Simbol Budaya Logo Halal Versi 2022” tahun 2022 menggunakan metode penelitian kualitatif. Karya tulis ilmiah ini berbentuk skripsi di mana hasil penelitian bahwa terdapat tanda *Representamen*, yaitu bentuk gunung Wayang Kulit pada logo halal baru. *Object*, yaitu bentuk Gunung Wayang Kulit, motif kain surjan, dan kaligrafi *khat khufi*. Persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama-sama membahas tentang logo halal baru. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian yang saya lakukan hanya sebatas membahas mengenai bagaimana persepsi para dosen tentang logo halal baru.¹⁶

¹⁵ Andra Putri Devina, *Opini Masyarakat Kelurahan Pangkalan Masyur Kota Medan Tentang Kontroversi Logo Baru Halal Indonesia* (Medan, 2022).

¹⁶ Taufik Hidayanto, ‘Simbol Budaya Logo Halal Versi 2022’ (Universitas Nasional, 2022).

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Berdasarkan kamus besar bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan, penerimaan dari suatu sarapan, atau suatu proses individu mengetahui beberapa hal melalui panca indera. Persepsi merupakan suatu hal yang berpengaruh terhadap sikap, dan sikap akan menentukan perilaku dari suatu individu.

Bimo Walgito mendefinisikan persepsi merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut sensoris. Namun proses itu tidak berhenti begitu, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Maka dalam proses persepsi orang yang dipersepsi akan dapat mempengaruhi pada orang yang memberikan persepsi.¹⁷

Persepsi merupakan suatu penetapan nilai dari seseorang terhadap orang lain. Persepsi juga adalah suatu proses yang diketahui oleh panca indera, di mana pengindraan merupakan suatu proses diterimanya rangsangan oleh individu melalui panca indera, lalu diteruskan oleh syaraf ke otak yang merupakan pusat susunan syaraf dan proses selanjutnya disebut dengan proses persepsi. Dari pendapat tersebut persepsi dapat diartikan sebagai suatu pengalaman terhadap suatu objek peristiwa ataupun ikatan yang diperoleh seseorang, kemudian disimpulkan dan ditafsirkan. Proses persepsi tetap berlangsung selama suatu individu masih mengenal lingkungan sekitarnya maka akan memberikan suatu reaksi atau tanggapan baik berupa sikap, perilaku, pandangan, berdasarkan intervensi dari setiap individu.

¹⁷ Bimo Walgito, Pengantar Psikologi Umum (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010), h. 99.

Dengan demikian persepsi yang disampaikan oleh setiap individu tidak selalu sama walaupun dilakukan pada saat yang bersamaan. Setiap orang hendak memberikan versi yang berbeda terkait apa yang dibuat di dalamnya. Sebelum proses persepsi berlangsung terlebih dahulu diawali dengan sebuah proses pengindraan yaitu pada saat seseorang menerima rangsangan melalui panca indera maka alat pengindraan seperti telinga sebagai alat pendengaran, hidung sebagai alat penciuman, lidah sebagai alat pengecap, telapak tangan sebagai alat peraba yang demikian semua hal tersebut merupakan alat pengindraan yang digunakan untuk menerima rangsangan dari luar diri seseorang. Berdasarkan hal tersebut persepsi merupakan alat pengindraan yang menghubungkan seseorang dengan lingkungannya.¹⁸

2. Indikator Persepsi

Menurut Bimo Walgito terdapat beberapa indikator dalam persepsi yaitu :

a. Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu.

Objek tersebut diterima atau diserap oleh panca indera, baik pendengaran, penglihatan, penciuman, perasa, secara sendiri-sendiri maupun bersama. Dari hasil penerimaan atau penyerapan oleh panca indera tersebut akan mendapatkan gambaran, tanggapan, atau kesan di dalam otak. Gambaran tersebut dapat tunggal maupun jamak. Tergantung objek persepsi yang di lihat atau diamati. Di dalam otak terkumpul gambaran-gambaran atau kesan-kesan, lama maupun yang baru saja didapatkan. Jelas tidaknya gambaran tergantung dari jelas tidaknya apa yang diamati, normalitas indera dan waktu, sudah lama atau baru saja.

¹⁸ Asryrni Multahada Yanti, Rima Eka, Aslan, 'Persepsi Siswa Pada Pendidikan Nilai Di Sekolah Dasar Tarbiyatul Islam Sambas', 2.3 (2022), h. 429–440.

b. Pengertian atau pemahaman

Setelah terjadi suatu gambaran dalam otak, maka gambaran tersebut diorganisir, diklasifikasikan, dibandingkan dan diinterpretasi sehingga terbentuk pengertian atau pemahaman. Proses terjadinya pemahaman tersebut sangat unik dan cepat. Pengertian yang terbentuk tergantung juga pada gambaran yang telah dimiliki individu sebelumnya atau disebut apersepsi.

c. Penilaian atau evaluasi

Individu membandingkan pengertian atau pemahaman yang baru didapatkan tersebut dengan kriteria yang dimiliki individu secara subjektif. Penilaian individu berbeda-beda meskipun objeknya sama. Oleh karena itu persepsi bersifat individual.¹⁹

3. Jenis-jenis Persepsi

Persepsi merupakan tanggapan seseorang terhadap suatu objek atau suatu lingkungan yang ada di sekitarnya. Persepsi sendiri terbagi menjadi dua, yaitu persepsi terhadap lingkungannya (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia atau sosial. Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks karena manusia sifatnya dinamis. Kedua jenis persepsi tersebut terdapat perbedaan yaitu :²⁰

- a. Persepsi terhadap suatu objek melalui ciri-ciri fisik, sedangkan terhadap manusia melalui ciri-ciri verbal maupun non verbal. Manusia lebih efektif dari pada objek yang lain dan lebih sulit untuk diprediksi.
- b. Persepsi terhadap suatu objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan manusia menanggapi sifat dari luar dan dalam (perasaan, harapan, dan lainnya).

¹⁹ Walgito, h. 54–55.

²⁰ Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi (Bandung: PT. Rosda Karyaoffset, 2015), h. 184.

- c. Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain, suatu objek bersifat pasif, sedangkan manusia sifatnya dinamis. Oleh sebab itu, persepsi manusia dapat berubah-ubah seiring berjalannya waktu, lebih cepat dari pada persepsi terhadap suatu objek.

Persepsi manusia atau sosial adalah proses mencakup arti dari objek-objek sosial dan kejadian yang dialami di lingkungan sekitar. Setiap individu memiliki gambaran yang berbeda terkait realitas yang ada di sekitarnya. Ada beberapa prinsip penting mengenai persepsi sosial, yaitu :²¹

- a. Persepsi berdasarkan Pengalaman merupakan persepsi manusia terhadap suatu objek, seseorang, atau kejadian dan reaksi suatu individu atau kelompok terhadap hal-hak tersebut berdasarkan pengalaman dan pembelajaran masa lampau mereka berkaitan dengan orang, objek atau kejadian yang sama.
- b. Persepsi bersifat selektif. Setiap manusia sering merasakan rangsangan dari panca indera yang dimiliki. Kecenderungan kita pada suatu rangsangan merupakan faktor utama yang menentukan selektifitas kita atas rangsangan tersebut.
- c. Persepsi bersifat dugaan. Hal tersebut terjadi dikarenakan data yang diperoleh mengenai suatu objek tidak diterima dengan sepenuhnya sehingga proses persepsi yang bersifat dugaan ini memungkinkan untuk diterjemahkan dengan makna yang lebih lengkap dari suatu sudut pandang mana pun.
- d. Persepsi bersifat evaluatif. Artinya kebanyakan orang mengatakan bahwa apa yang persepsikan itu merupakan suatu yang nyata akan tetapi, terkadang panca indera dan persepsi kita menipu sehingga

²¹ Mulyana, h. 191–195.

terdapat keraguan terkait seberapa dekat persepsi kita dengan kenyataan sebenarnya.

- e. Persepsi bersifat kontekstual. Artinya dari semua pengaruh dalam sebuah persepsi, konteks merupakan salah satu yang berpengaruh paling kuat. Ketika kita melihat suatu objek atau kejadian, konteks rangsangan sangat mempengaruhi struktur kognitif, pengharapan terkait persepsi yang dikemukakan.

Dari beberapa penjelasan di atas dapat dilihat bahwa manusia terkadang melakukan kekeliruan dalam melihat lingkungan fisik. Suatu kondisi mempengaruhi terhadap suatu benda. Misalnya ketika disuruh mencicipi sebuah makanan, mungkin pendapat kita berbeda dengan pendapat orang lain karena kita memiliki persepsi yang berbeda-beda. Sedangkan persepsi manusia merupakan suatu proses menangkap arti dari objek-objek sosial dan kejadian yang dialami lingkungan sekitar, sebab setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap lingkungan sosialnya.

4. Ciri-ciri Persepsi

Dalam suatu persepsi terdapat ciri-ciri umum di dalamnya, yaitu :²²

- a. Modalitas; Rangsangan yang diterima oleh panca indera harus sesuai dengan modalitas yang ada, yaitu sifat sensoris dasar dan masing-masing panca indera (cahaya untuk penglihatan, bau untuk penciuman, bunyi untuk pendengaran suhu bagi perasa).
- b. Dimensi ruang: persepsi mempunyai sifat ruang (dimensi ruang), kita dapat mengatakan bagian atas, bawah, tinggi, rendah, sempit, luas, dangkal, latar depan, latar belakang dan lain sebagainya.
- c. Dimensi waktu: persepsi mempunyai dimensi waktu, seperti cepat, lambat, tua, muda, dan lain sebagainya.

²² Abdul Rahman Saleh, Psikologi: Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam (Jakarta: Kencana, 2004), h. 111–112.

- d. Struktur konteks, keseluruhan yang menyatu: suatu objek atau gejala dalam sebuah pengamatan mempunyai struktur yang menyatu dengan konteksnya. Struktur dan konteks ini merupakan perpaduan yang menyatu.

Berdasarkan penjelasan di atas terkait dengan ciri-ciri persepsi, dapat diartikan bahwa panca indera manusia sangat berpengaruh dalam sebuah proses pembentukan suatu persepsi. Panca indera yang dimiliki manusia di anugerahi agar manusia mampu berpikir, rasakan, mencium, dan memiliki persepsi tertentu terkait dirinya dan juga lingkungan sekitarnya. Persepsi dimulai dengan adanya rangsangan dari luar dan dicerna oleh panca indera. Dari hal tersebut panca indera kemudian memprosesnya sehingga dapat menentukan dan menterjemahkan informasi apa yang terjadi.

5. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Dalam suatu proses persepsi banyak rangsangan yang diterima oleh panca indera akan tetapi semua rangsangan tersebut memiliki daya tarik yang sama. Menurut Rhenal Kasali, persepsi ditentukan oleh beberapa faktor yaitu: ²³

- a. Latar belakang budaya persepsi berkaitan dengan budaya yang ada di lingkungan sekitarnya. Artinya bagaimana cara seseorang memaknai suatu pesan, objek atau lingkungan tergantung pada sistem nilai yang dianut. Semakin besar perbedaan budaya antara dua orang yang memberikan persepsinya, maka semakin besar pula perbedaan persepsi mereka terhadap kenyataan yang ada.
- b. Pengalaman masa lalu. Setiap individu atau kelompok pada umumnya pernah memiliki suatu pengalaman tertentu terkait suatu objek yang dibicarakan. Semakin mendalam pembicaraan

²³ Rhenald Kasali, *Manajemen Periklanan Konsep-Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia* (Jakarta: Grafiti, 2007), h. 23.

mengenai objek yang di bicarakan maka semakin banyak pengalaman yang didapatkan dari pembicaraan tersebut. Pengalaman yang terjadi di masa lalu biasanya diperkuat oleh informasi lain, seperti berita atau kejadian yang melanda objek.

- c. Nilai-nilai yang dianut. Nilai merupakan komponen evaluatif dari kepercayaan yang diikuti mencakup kebaikan, estetika, kegunaan, serta kepuasan. Nilai bersifat normatif, artinya dengan nilai dapat memberitahukan mengenai apa yang baik dan buruk, benar dan salah, apa yang harus diperjuangkan, dan lain sebagainya. Nilai bersumber dari isu filosofis yang besar dan merupakan bagian dari lingkungan budaya, maka dari itu nilai bersifat stabil dan sulit untuk di rubah.
- d. Berita yang berkembang. Berita yang berkembang merupakan suatu informasi yang dikabarkan melalui media masa, media sosial maupun informasi dari orang lain yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang. Berita yang berkembang merupakan suatu tanggapan yang menarik perhatian masyarakat. Melalui berita yang berkembang dan selalu di perbaharui dapat mempengaruhi persepsi pada benak masyarakat.

Dari berita yang berkembang dapat membuat masyarakat mampu memberikan pengaruh baik secara sadar maupun tidak sadar, hal ini mampu sampai kepada masyarakat melalui beberapa tahapan dan untuk mengetahuinya maka digunakan teori stimulus respons. Teori ini pada dasarnya merupakan reaksi atau efek secara dorongan tertentu dan menjelaskan bagaimana media masa mampu mempengaruhi masyarakat sehingga bisa terjadi perubahan pada sikapnya. Dengan demikian seseorang dapat menjelaskan suatu argumentasi sederhana, di mana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu.²⁴

²⁴ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikaasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 281.

Teori yang dijelaskan di atas menggambarkan proses komunikasi secara sederhana yang hanya melibatkan dua komponen media masa. Pengiriman pesan, merupakan media penyiaran yang mengeluarkan suatu anggapan, dan khalayak media massa sebagai penerima yang menanggapi dengan menunjukkan *respons* sehingga dinamakan teori *stimulus respons*.

B. Logo Halal

1. Pengertian Halal

Halal secara harfiah berasal dari kata *Halla, Yahillu, Hillan, wahan* yaitu menunjukkan segala sesuatu yang boleh dan dilarang dalam Islam.²⁵ Secara etimologi halal berarti hal-hal yang diperbolehkan dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Dapat diartikan juga sebagai sesuatu yang bebas bahaya duniawi dan ukhrawi.²⁶ Halal merupakan segala objek atau kegiatan untuk digunakan atau dilaksanakan yang diizinkan dalam ajaran agama Islam.

Halal merupakan sesuatu yang dianjurkan, yang terlepas dari ikatan larangan, dan diizinkan dalam ajaran Islam untuk dilaksanakan.²⁷ Firman Allah SWT dalam Q.S AL-Baqarah (2):168.

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

²⁵ Yusuf Al-Qaradawi, *The Lawful and the Prohibited in Islam* (Islamic Book Trust, 2013).

²⁶ Yusuf Shofie, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Medan: Kencana, 2013), h. 110.

²⁷ Al-Qaradawi.

Terjemahnya:

Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.²⁸

Ayat ini menjelaskan yaitu Wahai manusia, makanlah apa yang Kami ciptakan di bumi dari segala yang halal yang tidak Kami haramkan dan yang baik-baik yang disukai manusia. Janganlah mengikuti jejak langkah setan yang merayu kalian agar memakan yang haram atau menghalalkan yang haram. Kalian sesungguhnya telah mengetahui permusuhan dan kejahatan-kejahatan setan.²⁹

2. Pengertian Logo halal

Logo berasal dari bahasa Yunani yaitu *Logos* yang artinya pikiran atau penyajian atau tampilan nama, tulisan, seragam, atau ciri khas perusahaan secara visual. Menurut Kusrianto Logo atau tanda gambar adalah identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan karakter dan citra dari suatu perusahaan atau lembaga maupun organisasi. Logo merupakan suatu simbol dari suatu *brand* yang di mana penggunaannya menjadi hal yang penting untuk mengenal suatu *brand* ke konsumen dan pasaran.³⁰

Kata Halal berasal dari bahasa Arab yang berarti melepaskan, diperbolehkan, tidak terikat. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang diperbolehkan dan dapat dilaksanakan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan yang melarangnya.

Dari definisi di atas logo halal dapat didefinisikan sebagai suatu tanda kehalalan dari suatu produk atau *brand* barang/jasa sebagai upaya

²⁸ Terjemah Kemenag 2019

²⁹ 'Tafsir' <<https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-168#tafsir-quraish-shihab>> [accessed 9 March 2023].

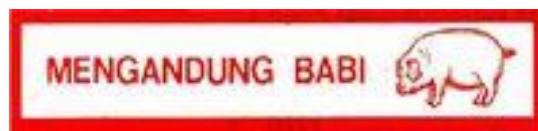
³⁰ Sapitri Januariyansah, 'Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori: Efektif Dan Efisien', https://www.researchgate.net/publication/328662854_Analisis_Desain_Logo_Berdasarkan_Teori_Efektif_Dan_Efisien, 1.1 (2018), 13–14 <<https://doi.org/10.13140/Rg.2.2.20543.97448>>.

untuk perlindungan kepada para konsumen , khususnya para umat muslim agar terhindar dari segala sesuatu yang terdapat keharaman di dalamnya.

3. Perkembangan logo halal di Indonesia

Design logo halal yang ada di Indonesia memiliki beberapa historis di dalamnya. Pada tanggal 10 November 1976 Departemen Kesehatan Republik Indonesia merupakan lembaga yang melalui pelabelan halal produk makanan dan minuman. Seluruh pelaku usaha dalam bidang makanan atau sejenisnya baik bahan bakunya yang di dalamnya terkandung daging babi maupun yang berbahan baku daging babi diwajibkan untuk mencantumkan tanda peringatan pada setiap kemasan. Hal tersebut di atur dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 280/Men.Kes/Per/XI/76 tentang peredaran dan pelabelan pangan yang mengandung babi di dalamnya. Artinya, keberadaan gambar babi dan tulisan “MENGANDUNG BABI” ditempatkan dalam kotak persegi berwarna merah, seperti gambar dibawa ini;

Gambar 2. 1 Logo Peringatan Produk berbahan Babi



Sumber: Permenkes RI

Logo peringatan produk yang mengandung babi menjelaskan bahwa produk tersebut haram untuk di konsumsi. Logo Haram tersebut diyakini lebih efektif dalam memberikan informasi kejelasan terkait dengan kandungan babi dan turunannya daripada menampilkan logo halal dalam sebuah produk. Hal demikian disebabkan karena diduga beberapa produk minuman dan makanan serta sejenisnya hanya produk mengandung bahan baku babi atau turunannya. Maka dari itu, para

produsen hanya perlu memberikan label haram pada beberapa produk yang sudah jelas mengandung babi dan turunannya.

Pada tanggal 12 Agustus 1985 terjadi perubahan total pada logo halal yang mulanya berlabel “MENGANDUNG BABI”. Ketentuan tersebut diatur dalam surat keputusan bersama menteri kesehatan dan menteri Agama No. 42/Men.Kes/SKB/VIII/1985 dan No. 68 Tahun 1985 tentang Pencantuman Tulis Halal pada Label Makanan. Pencantuman label dapat dilakukan setelah para pelaku usaha memberikan laporan tentang komposisi cara pengolahan produk dan bahan yang telah diproduksi kepada departemen Kesehatan. Kementerian agama dan Kementerian Kesehatan secara bersama-sama mengawasi pelaku usaha tersebut melalui Tim Penilaian Pendaftaran Pangan Direktorat Jendral Kefarmasian dan Pengawasan Pangan Kementerian Kesehatan. Akan tetapi, di tahun 1988 terjadi keramaian dalam makanan yang terkandung babi tersebar di pasaran yang akhirnya dapat mengurangi kerisauan masyarakat dan berdasarkan Surat Keputusan MUI Nomor Kep./18/MUI/I/1989 pada tanggal 6 Januari 1989 terbentuklah Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) yang mempunyai tugas memeriksa produk-produk yang tersebar pada masyarakat untuk melakukan proses sertifikasi halal. Di tahun 1994, MUI telah menerbitkan sertifikat halal untuk produk yang sudah disertifikasi oleh LPPOM MUI.

LPPOM MUI melaksanakan proses sertifikasi halal bukan dalam bentuk sertifikat serta penomorannya tapi diwajibkan untuk memberikan logo halal pada barang yang sudah melakukan uji sertifikasi halal oleh LPPOM MUI. Logo halal LPPOM MUI dibuat berdasarkan desain yang sudah tersebar selama ini. Ketentuan ini dibuat dalam Piagam Kerja sama tanggal 21 Juni 1996 terkait pemberian logo halal pada makanan. Departemen Kesehatan Republik Indonesia

mengeluarkan Surat Keputusan Nomor 924/Menkes/SK/VIII/1996 sebagai perubahan untuk Surat Keputusan Menkes Nomor 82/Menkes/SK/I/1996. Logo halal LPPOM MUI telah diketahui oleh seluruh kalangan masyarakat Indonesia ataupun internasional terlebih khusus negara ASEAN. Logo halal LPPOM MUI tulisan halalnya lebih terlihat. Untuk halal atau tidaknya saat ini bukan hanya dilihat berdasarkan penyebarannya di pangsa pasar maupun profitabilitas produk, akan tetapi lebih penting yaitu pelaksanaan produksi suatu layanan atau produk itu sendiri.

Gambar 2. 2 Logo Halal MPOM MUI



Sumber: LPOM MUI

Pada tanggal 10 Februari 2022, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama menetapkan label halal berdasarkan surat keputusan Kepala BPJPH No. 40/2022 tentang Label Halal. Logo Halal baru yang diterbitkan oleh BPJPH menuai banyak kritikan dari berbagai kalangan masyarakat di Indonesia. Design yang ditampilkan dalam Logo tersebut berubah secara menyeluruh dibandingkan logo halal yang diterbitkan oleh LPPOM MUI yang sebelumnya sudah banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia.³¹

Logo Halal baru memiliki bentuk yang mirip Wayang yang menggambarkan ciri khas dari Indonesia. Bentuk dan corak logo halal baru secara filosofi mengadaptasi dari nilai-nilai ke Indonesian. Menurut penjelasan dari Ketua BPJPH Muhammad Aqil Irham Label Halal Indonesia terdiri atas dua objek, yaitu bentuk gunung dan motif

³¹ Rachman, Abdul, Maemunah, h. 251–253.

lurik surjan atau lurik gunungan pada wayang kulit yang berbentuk limas, lancip ke atas, yang melambangkan kehidupan manusia. Bentuk dan corak yang digunakan merupakan artefak-artefak budaya yang memiliki ciri khas yang unik dan berkarakter. Bentuk gunungan yang tersusun sedemikian rupa berupa kaligrafi huruf Arab yang terdiri dari huruf *ha*, *lam alif*, dan *lam*, dalam satu rangkaian sehingga membentuk kata “halal”. Logo halal baru dari segi bentuknya memiliki arti yaitu semakin tinggi ilmu, semakin tua umur manusia, harus semakin mengerucut (*golong giling*) *manunggaling* jiwa, rasa cipta, karsa, dan karya dalam kehidupan. Artinya bahwa manusia akan semakin dekat dengan sang pencipta. Sedangkan motif surjan yang disebut juga pakaian takwa mengandung makna dan filosofi yang cukup dalam. Di antaranya bagian leher baju memiliki kancing 3 pasang (6 buah kancing) yang seluruhnya menggambarkan rukun iman. Selain motif surjan/lurik yang sejajar satu sama lain juga mengandung makna sebagai pembeda/pemberi batas yang jelas. Hal tersebut sejalan dengan tujuan Penyelenggara Jaminan Produk Halal di Indonesia untuk menghadirkan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam menggunakan dan mengonsumsi produk. Dari segi warna dalam label halal yang baru, warna ungu merupakan warna utama dalam label halal baru. Warna ungu mempresentasikan makna keimanan, kesatuan lahir batin, dan budaya imajinasi. Sedangkan warna sekundernya adalah hijau toska, yang mewakili makna kebijaksanaan, stabilitas, dan ketenangan.³²

³² BPJPH.

Gambar 2. 3 Logo Halal BPJPH



Sumber: kemenag.go.id

C. Ekonomi Syariah

1. Pengertian Ekonomi Syariah

Abdul Mannan Mendefinisikan ekonomi syariah adalah sebuah ilmu pengetahuan yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diberikan petunjuk berdasarkan nilai-nilai keislaman.

Menurut M. Umar Capra Ekonomi Syariah merupakan suatu pengetahuan yang membantu merealisasikan kebahagiaan manusia melalui distribusi dan alokasi sumber daya yang minim yang berasa dalam koridor yang merujuk Pada ajaran Islam, tanpa membatasi kebebasan individu untuk menciptakan keseimbangan makro ekonomi yang berkelanjutan.

Menurut Muh Akram Khan ekonomi syariah bertujuan untuk melakukan kajian terkait kebahagiaan hidup manusia yang didapatkan dengan mengatur sumber daya alam atas dasar partisipasi dan kerjasama.³³

2. Tujuan Ekonomi Syariah

Tujuan dari ekonomi Islam terdiri dari dua bentuk atau sifat kebutuhan, yaitu pemenuhan kebutuhan mikro dan pemenuhan kebutuhan makro.

³³ Marlya Fatira AK Syarifuddin, Fitriana & Arafah, Iroh Rahmawati, Sri Mulyono, Binti Mutafarida, Trimulato, Muh. Arah, Solihah Sari Rahayu, Aseip Dadan Suganda, Ade Irvi Nurul Husna, Muyasaroh, Anne Haerany, Khairul Rijal, Eko Sudarmanto, *Ekonomi Syariah* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020), p. 6.

a. Pemenuhan Kebutuhan Mikro

Nejatullah Siddiqi membagi tujuan mikro dan aktivitas ekonomi Islam ke dalam beberapa tujuan yaitu :

- 1) Untuk memenuhi kebutuhan individu secara sederhana
- 2) Untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga atau keluarga
- 3) Untuk memenuhi kebutuhan jangka panjang
- 4) Untuk memenuhi kebutuhan keluarga yang ditinggalkan

b. Pemenuhan Kebutuhan Makro

Dalam Islam Mengisyaratkan agar setiap aktivitas ekonomi ditujukan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi manusia secara keseluruhan. Islam memberikan regulasi bahwa hasil yang dicapai dari sebuah aktivitas ekonomi seorang muslim, di samping diperintahkan untuk digunakan dalam memenuhi kebutuhan diri dan keluarga. Juga diperintahkan untuk memenuhi kebutuhan orang yang kurang mampu, serta digunakan untuk membangun dan mengembangkan kehidupan sosial ekonomi secara bersamaan guna mencapai kesejahteraan secara bersama-sama. Muhammad Najatullah Siddiqi menyatakan tujuan makro aktivitas ekonomi Islam yaitu memberikan bantuan sosial dan sumbangan berdasarkan di jalan Allah SWT. Allah SWT.³⁴ berfirman dalam QS. Ar-Rum (30) ayat 38:

فَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لِّلَّذِينَ يُرِيدُونَ

وَجَهَ اللّٰهُ وَأَوْلِيَٰكَ هُمُ الْمَفْلِحُونَ ﴿٣٨﴾

³⁴ Nusri Hamang Najed, *Ekonomi Islam Ajaran Kesejahteraan Dan Kemaslahatan Umat (Pokok-Pokok Fiqiyah, Landasan Perekonomian Sejarah Dan Manajemen Zakat)* (Parepare: LBH Press, 2013), pp. 35–37.

Terjemahnya :

Oleh karena itu, beri kerabat dekat haknya, juga orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Itulah yang lebih baik bagi orang-orang yang mencari keridaan Allah. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.³⁵

D. Teori Perilaku Konsumen dalam Islam

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Gerald Zaldman perilaku konsumen merupakan suatu tindakan, proses, serta hubungan sosial yang melibatkan individu, kelompok, dan organisasi untuk mendapatkan, atau menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dari produk, pelayanan, dan sumber lainnya.

Menurut Solomon studi perilaku konsumen merupakan proses ketika seseorang atau kelompok menyeleksi, membeli, menggunakan atau membuang produk, pelayanan, ide serta pengalaman untuk memuaskan keinginannya.³⁶

2. Alasan memodifikasi perilaku konsumen muslim

Perilaku konsumen konvensional harus dimodifikasi dalam kaitannya sebagai seorang konsumen muslim. perilaku konsumen seorang muslim tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan rohani. Ada beberapa alasan atas modifikasi ini, yaitu sebagai berikut:³⁷

- a. Konsumen muslim harus menahan diri dari konsumsi yang berlebihan, yang berarti konsumen muslim tidak harus menghabiskan seluruh pendapatan bersihnya untuk konsumsi barang.

³⁵ Terjemah Kemenag 2019

³⁶ Abdul Aziz Nugraha Pratama, Fetria Eka Yudiana, *Perilaku Hijrah Konsumen Muslim* (Jakarta: Kencana Prenada media Group, 2022), pp. 1–2.

³⁷ Nur Riyanto, *Pengantar Ekonomi Syariah: Teori Dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2017), h. 198.

- b. Sektor komoditas dari konsumen muslim adalah berbeda dari konsumen non-muslim, meskipun semua elemen dari barang tersedia. Karena Islam melarang seorang muslim mengonsumsi beberapa komoditas seperti alkohol, daging babi dan sejenis makanan maupun minuman yang haram.
 - c. Bagi seorang konsumen muslim, anggaran yang dapat digunakan untuk optimisasi konsumsi adalah pendapatan bersih setelah pembayaran zakat.
 - d. Fungsi obyektif konsumen muslim berbeda dengan konsumen yang lain. Seorang muslim sejati harus percaya pada al-Qur'an sehingga kepuasan bukan merupakan fungsi satu-satunya atas barang konsumsi dan komoditas, melainkan fungsi dari ridha Allah SWT. dengan memodifikasi kepuasan didapat untuk konsumen muslim adalah pengeluaran untuk amal di jalan Allah.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Menurut Kotler dan Keller Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu:³⁸

a. Faktor Budaya

Faktor Budaya merupakan keadaan sistem nilai budaya, adat istiadat dan cara hidup masyarakat yang mengelilingi kehidupan seseorang, anggota dalam budaya yang sama.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial adalah interaksi formal maupun informal dalam masyarakat yang cenderung permanen yang anggotanya menganut minat dan perilaku serupa dalam usahanya mencapai tujuan bersama.

³⁸ Alicia Jeniver Suawa, Altje L. Tumbel, and Yunita Mandagie, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di New Ayam Bandung Resto Kawasan Megamas Manado', *Jurnal EMBA*, 7.4 (2019), 5195–5204.

c. Faktor Pribadi

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

d. Faktor Psikologis

Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan di mana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau.

4. Tahap antara evaluasi alternatif dan keputusan pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga membentuk minat untuk membeli produk yang paling disukai. Ada dua faktor yang berada di antara minat pembelian dan keputusan. Dua faktor tersebut adalah:³⁹

- a. Sikap orang lain; sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai oleh seseorang akan tergantung pada dua hal: intersitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan motivasi konsumen untuk menuruti orang lain.
- b. Faktor situasi yang tidak terantisipasi yang dapat muncul dan mengubah minat pembelian.

5. Perilaku konsumen dalam perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, perilaku konsumen selalu berpedoman kepada ajaran Islam, di antaranya:⁴⁰

- a. Barangnya harus halal dan baik (*hallalan thayyibah*) secara zat dan cara memperolehnya.

³⁹ Kevin Lane Keller Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 180.

⁴⁰ Munrokhim Misanan, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pres, 2011), h. 129.

- b. Tidak mengutamakan diri sendiri (*self interest*) dan mengabaikan orang lain. Dalam Islam seorang muslim wajib membagi makanan yang dimasaknya kepada tetangganya yang merasakan aroma dari makanan tersebut. seorang muslim diharamkan kelaparan.
- c. Membedakan antara kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*).
- d. Preferensi konsumen muslim berdasarkan prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas.
- e. Tujuan konsumsi adalah masalah dan falah yang di dalamnya mengandung unsur manfaat dan berkah. unsur manfaat adalah pemenuhan kebutuhan fisik, psikis dan material yang bersifat duniawi. Sedangkan berkah adalah pemenuhan kebutuhan spiritual yang bersifat ukhrawi (pahala dan ridha Allah).

Perilaku konsumen muslim dilarang bermewah-mewahan. Yang dimaksud dengan bermewah-mewahan di sini adalah tenggelamnya dalam kenikmatan hidup. Berlebih-lebihan dengan berbagai sarana yang serba menyenangkan untuk hal yang tidak bermanfaat dan sia-sia. Allah berfirman dalam Surat al-Waqiah ayat 41- 46:

وَأَصْحَابُ الشِّمَالِ^٥ مَا أَصْحَابُ الشِّمَالِ^{٤١} فِي سَمُومٍ وَحَمِيمٍ^{٤٢} وَظِلٍّ مِّن يَّحْمُومٍ^{٤٣}
 لَا بَارِدٍ وَلَا كَرِيمٍ^{٤٤} إِنَّهُمْ كَانُوا قَبْلَ ذَلِكَ مُتْرَفِينَ^{٤٥} وَكَانُوا يُصِرُّونَ عَلَى الْحِنثِ
 الْعَظِيمِ^{٤٦}

Terjemahnya:

(41). Golongan kiri, alangkah sengsaranya golongan kiri itu. (42) (Mereka berada) dalam siksaan angin yang sangat panas, air yang mendidih, (43). dan naungan asap hitam (44). yang tidak sejuk dan tidak menyenangkan. (45). Sesungguhnya mereka sebelum itu hidup bermewah-mewah. (46). Mereka terus-menerus mengerjakan dosa yang besar.⁴¹

Teori konsumen yang islami dibangun atas dasar syari'ah Islam, yang ternyata memiliki perbedaan mendasar dengan teori konvensional.

⁴¹ Terjemah Kemenag 2019

Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi fondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, hingga sampai teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk berkonsumsi.

6. Proses Keputusan Pembelian

Menurut keputusan pembelian, konsumen dapat dikelompokkan menjadi konsumen akhir (individual), yang terdiri atas individu dan rumah tangga yang tujuan pembeliannya adalah untuk memenuhi kebutuhan sendiri atau konsumsi. Sedangkan kelompok lain adalah konsumen organisasional yang terdiri atas organisasi, pemakai industri, pedagang dan lembaga non-profit yang tujuan pembeliannya adalah untuk memperoleh laba atau untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan anggotanya.

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya, termasuk usia, pekerjaan, keadaan ekonomi. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian.

Dalam proses pembelian, terdapat tipe proses pembelian, antara lain:⁴²

- a. Proses *Complex Decision Making*. Proses ini terjadi apabila keterlibatan kepentingan tinggi pada pengambilan keputusan yang terjadi. Contoh pengambilan untuk membeli produk sepatu Dalam kasus seperti ini, konsumen secara aktif mencari informasi untuk mengevaluasi dan mempertimbangkan pilihan beberapa merek dengan menetapkan kriteria tertentu seperti sepatu olahraga, seperti sepatu roda dapat mempercepat waktu berjalan dan menghemat tenaga. Subjek pengambilan keputusan yang kompleks adalah sangat penting. Konsep perilaku kunci seperti persepsi,

⁴² Nora Anisa Br. Sinulingga, Hengki Tamando Sitohang, Perilaku Konsumen: Strategi Dan Teori (NEM, 2021), h. 4-7.

sikap, dan pencarian informasi yang relevan untuk pengembangan strategi pemasaran,

- b. Proses *Brand Loyalti*. Ketika pilihan berulang, konsumen belajar dari pengalaman masa lalu dan membeli merek yang memberikan kepuasan dengan sedikit atau tidak ada proses pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Contoh pembelian sepatu karet basket merek Nike atau sereal Kellogg,s Nutrific. Dalam setiap kasus di sini pembelian adalah penting untuk konsumen, sepatu basket karena keterlibatan kepentingan dalam olah raga, sepatu sekolah dan sepatu kerja untuk dapat beraktivitas Loyalitas merek muncul dari kepuasan pembelian yang lalu. Sehingga, pencarian informasi dan evaluasi merek terbatas atau tidak penting keberadaannya dalam konsumen memutuskan membeli merek yang sama.

Menurut schiffman dan Kanuk pengambilan keputusan dapat dipandang sebagai suatu sistem yang terdiri dari *input*, proses dan *output*. Yang mana dalam hal ini terdapat tiga tahapan dalam proses pengakuan adanya kebutuhan, usaha pencarian informasi sebelum membeli dan penilaian terhadap alternatif, Berikut ini beberapa tahapan proses pengambilan keputusan pembelian, antara lain.

- c. Mengenali kebutuhan

Pada tahap awal ini, Proses pembelian dimulai ketika pembeli (konsumen) mengenali kebutuhannya. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal maupun eksternal. Contohnya, ketika melewati sebuah restoran seseorang tiba-tiba merasa lapar karena mencium aroma masakan dari dalam restoran tersebut. Pada tahap ini pemasar perlu melakukan identifikasi keadaan yang dapat memicu timbulnya kebutuhan konsumen. Para pemasar dapat melakukan penelitian pada konsumen untuk mengidentifikasi rangsangan yang paling sering membangkitkan minat mereka terhadap suatu produk.

d. Mencari informasi

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak dari berbagai sumber. Yang dapat menjadi perhatian pemasar dalam tahap ini adalah bagaimana caranya agar pemasar dapat mengidentifikasi sumber-sumber utama atas informasi yang didapat konsumen dan bagaimana pengaruh sumber tersebut terhadap keputusan pembelian konsumen selanjutnya. Secara umum, konsumen mendapatkan sebagian informasi tentang sebuah produk melalui sumber komersial, yaitu sumber yang didominasi oleh pemasar. Namun, informasi yang paling efektif berasal dari sumber pribadi, baik dari keluarga, teman, kenalan maupun tetangga. Tiap-tiap informasi komersial menjalankan perannya sebagai pemberi informasi, dan sumber pribadi menjalankan fungsi legitimasi atau evaluasi. Melalui sebuah aktivitas pengumpulan informasi, konsumen dapat mempelajari merek-merek yang bersaing beserta fitur-fitur yang dimiliki oleh setiap merek sebelum memutuskan untuk membeli merek yang mana.

e. Mengevaluasi alternatif

Informasi yang diperoleh dari berbagai sumber tersebut akan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen untuk mengambil keputusan. Konsumen mempertimbangkan manfaat termasuk keterpercayaan merek dan biaya atau risiko yang akan diperoleh jika membeli suatu produk.

f. Mengambil keputusan

Setelah melalui evaluasi dan pertimbangan yang matang, konsumen akan mengambil keputusan. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi keputusan membeli dan tujuan pembelian, yaitu sikap orang lain, dan faktor situasional yang tidak dapat diprediksikan.

g. Evaluasi paska pembelian

Setelah membeli, konsumen akan mengevaluasi keputusan dan tindakannya dalam membeli. Jika dinilai kinerja produk atau layanan yang di rasakan sama atau melebihi apa yang di harapkan, maka konsumen akan puas, begitu pula sebaliknya. Kepuasan dan rasa tidak puas yang dialami konsumen akan berpengaruh terhadap perilaku selanjutnya.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Lokasi dilakukannya penelitian ini yaitu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.

2. Waktu penelitian

Waktu dilaksanakan penelitian ini adalah bulan Mei sampai Juni tahun 2023.

B. Rancangan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi yang meliputi kegiatan penilaian sikap atau pendapat terhadap individu, dari suatu populasi yang meliputi kegiatan penilaian sikap atau pendapat terhadap individu, organisasi, keadaan, maupun prosedur.⁴³

Pendekatan kualitatif merupakan suatu metode yang memerlukan proses yang berasal dari hasil wawancara, observasi atau dari sejumlah dokumen. Data-data tersebut kemudian dirangkum diseleksi agar bisa dimasukkan dalam kategori yang sesuai. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁴⁴ Sehingga dengan pendekatan kualitatif ini penulis dapat mendeskripsikan serta menjelaskan secara sistematis terhadap data-data kualitatif mengenai persepsi dosen FEBI IAIN Manado terhadap logo halal baru.

⁴³ Sudaryono, *Metodologi Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mix Method*, (Depok: Pt Rajagrafindo Persada, 2019), h. 88.

⁴⁴ Amirudin Dan Zainal Azikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rjawali Press, 2006), h. 133.

C. Data dan Instrumen

Berdasarkan sudut pandang penelitian yang diungkapkan peneliti pada umumnya mengumpulkan data primer dan sekunder. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:⁴⁵

1. Sumber data

a. Data primer

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari informan berdasarkan hasil wawancara, observasi kepada pihak-pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti.⁴⁶ Sehingga subjek dalam penelitian ini yaitu Dosen FEBI IAIN Manado.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang disajikan dalam berbagai bentuk. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan yang berupa historis yang telah tersusun dalam bentuk arsip yang telah dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Dalam penelitian, data sekunder didapat melalui *website* Kemenag, buku, *ebook*, jurnal yang berkaitan dengan penelitian.

2. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri, oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus divalidasi seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan.⁴⁷

Instrumen penelitian juga bisa diartikan sebagai alat-alat yang diperlukan atau dipergunakan untuk mengumpulkan data penelitian yang telah diterima, dengan tujuan untuk mendapatkan hasil dan juga

⁴⁵ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), h. 106.

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung, Alfabeta, 2012).

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, 22nd Edn* (Bandung: Alfabeta, 201). h. 222.

kesimpulan. Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan dalam mengumpulkan data yaitu buku, pulpen, Laptop dan *HandPhone*.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁴⁸

Penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode dalam mengumpulkan data, sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan teknik pengumpulan data yang paling utama dalam penelitian. Observasi berbeda dengan *interview*, karna observasi cakupannya lebih luas, observasi tidak terbatas pada manusia saja, melainkan meliputi benda-benda, situasi, ruangan, waktu, kondisi dan segala hal yang berkaitan dengan sumber data dalam objek penelitian.⁴⁹

Teknik observasi adalah pengamatan pengalaman langsung. Pengamatan dalam konteks penelitian ilmiah adalah studi yang disengaja dan dilakukan secara sistematis, terencana, tercantum pada suatu tujuan dengan mengamati dan mencatat fenomena atau perilaku satu atau kelompok orang dalam konteks kehidupan sehari-hari.⁵⁰ Peneliti melakukan observasi kepada dosen agar mendapatkan informasi mengenai persepsi dosen tentang logo halal baru.

⁴⁸ Sugiyono, h. 224.

⁴⁹ Hasyim Hasanah, 'Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)', *At-Taqaddum*, 8.1 (2017), h. 21 <<https://doi.org/10.21580/At.V8i1.1163>>.

⁵⁰ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Pt. Bumi Aksara, 2015), h. 107.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang dilakukan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan di mana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data atau informasi sebanyak mungkin dan jelas kepada subjek penelitian.

Dalam penelitian ini akan menggunakan wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur merupakan wawancara yang berlangsung mengacu pada satu rangkaian pertanyaan terbuka, metode ini memungkinkan pertanyaan baru muncul karena jawaban yang diberikan oleh informan sehingga selama sesi berlangsung penggalian informasi dapat dilakukan lebih mendalam.⁵¹ Menurut Sugiyono, Wawancara semi terstruktur memberi peluang pada peneliti untuk mengeksplorasi lebih dalam jawaban informan pada setiap pertanyaan yang disampaikan, peneliti bebas menambahkan pertanyaan yang ingin ditanyakan selama pertanyaan yang sudah dibuat sebelumnya terjawab dengan baik. Peneliti akan melakukan improvisasi atas pertanyaan yang sudah dibuat.⁵² Wawancara akan dilakukan kepada pihak-pihak yang berkompeten dalam penelitian ini, yang menjadi informan adalah Dosen yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado, Peneliti menggunakan Teknik ini untuk mencari data terkait penelitian ini.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah bukti data penunjang yang ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, laporan kegiatan, foto-foto, data yang relevan dengan

⁵¹ Winsky, 'Belajar Teknik Asesmen Risiko-Wawancara Terstruktur Atau Semi-Terstruktur (Structured/Semi-Structured Interview-SSI), (2021). [Diakses 04 Januari 2023].

⁵² Noor Wahyuni, In-Dept Interview (Wawancara Mendalam), (2014). [Diakses 04 Januari 2023].

penelitian.⁵³ Dokumen yang digunakan pada penelitian ini berupa hasil dari wawancara informan penelitian, foto saat wawancara dengan Dosen yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.⁵⁴ Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisis data kualitatif deskriptif.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti kelapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan

⁵³ Sudaryono, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mix Method*, (Rajawali Pers, 2019), h. 229.

⁵⁴ Sugiyono, h. 244.

gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.⁵⁵

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menampilkan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan menampilkan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. Selanjutnya dalam menampilkan data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat berupa, grafik, matriks, *network* (jejaring kerja) dan *chart*. Bila pola-pola yang ditemukan telah didukung oleh data selama penelitian, maka pola tersebut selanjutnya ditampilkan pada laporan akhir penelitian.⁵⁶

3. *Conclusion Drawing/Verification* (Penarikan Hasil Kesimpulan/Verifikasi)

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih belum

⁵⁵ Sugiyono, h. 247.

⁵⁶ Sugiyono, h. 249-250.

jelas atau gelap sehingga diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.⁵⁷

⁵⁷ Sugiyono, h. 252-253.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah dan Perkembangan Institut Agama Islam Negeri IAIN Manado.

Sejarah Berdirinya Institut Agama Islam Negeri IAIN Manado di Sulawesi Utara berawal dari perjuangan sejumlah tokoh agama Islam di kota Manado, sehingga dapat mendirikan lembaga Institut (IAI) pada Tahun 1998.

Pada Tahun 1990, Institut Agama Islam Negeri Manado menjalin kerja sama dengan Fakultas Syariah IAIN Alauddin (Sekarang UIN) Makassar. Oleh karena itu, pada tahun 1994 secara permanen Fakultas Syariah diterapkan di IAIN Manado. Juga tidak lagi menggunakan gedung Pendidikan Guru Agama Negeri (PGAN) Manado.

Fakultas Syari'ah Filial IAIN Alauddin berubah menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Manado dan secara sah terlepas dari lembaga Induknya yaitu IAIN Alauddin Makassar, berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 1997 dan Keputusan Menteri Agama Nomor 197 Tahun 1997. Pada tahun 1997 juga Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Manado tercatat sebagai perguruan tinggi Islam satu-satunya yang ada di provinsi Sulawesi Utara.

Pada tahun 2015 tepatnya pada bulan November, Sekolah Tinggi Islam Negeri (STAIN) Manado terhitung sudah beroperasi kurang lebih 18 tahun. berdasarkan peraturan Presiden RI Nomor 147 pada tahun tersebut juga Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Manado dialihkan statuskan menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado. Di mana lokasi Kampus bertempat di sisi timur kota Manado tepatnya di Kelurahan Malendeng, Lingkungan VIII, Kecamatan paal II, kota Manado. Juga lokasi IAIN Manado berada pada wilayah yang strategis, karena pada bagian depan berada di pembukaan jalur ring road yang mempertemukan

sejumlah wilayah di Sulawesi utara, di antaranya kota Manado, Minahasa Utara, dan kota Bitung.

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado pada awalnya hanya memiliki lahan sebesar 4 hektar tanah saja. Akan tetapi pada tahun 2009, luas tanah Institut Agama Islam Negeri IAIN Manado menjadi 9 hektar karena pada tahun tersebut ada penambahan luas tanah sebanyak 5 hektar tanah dengan bukti sertifikat dari badan pertanahan. Dari luas tanah tersebut dibangun beberapa gedung seperti sarana dan prasarana, gedung kuliah, gedung aula, gedung terpadu, gedung rektorat, masjid, perpustakaan hingga kantin bagi mahasiswa dan civitas akademik yang ada di kampus.

Mahasiswa yang terdaftar di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado tidak hanya berdomisili di Manado saja, akan tetapi terdapat beragam mahasiswa yang berasal dari kabupaten/kota yang ada di Sulawesi Utara dan juga ada yang berasal dari luar provinsi seperti dari kota Palu, Luwuk Banggai, Gorontalo, Kepulauan Ternate, kepulauan Sangihe, Talaud, dan dari Provinsi Maluku.

2. Sejarah perkembangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado merupakan salah satu fakultas yang ada di IAIN Manado yang dibuka pada tahun ajaran 2015-2016 dengan dua program studi di dalamnya yaitu ekonomi syariah yang sebelumnya merupakan program studi yang ada di fakultas Syariah kemudian beralih ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan juga di buka program studi perbankan syariah. Dekan pertama yang menjabat di FEBI yaitu ibu Dr. Hj. Nurlaila Harun, M.Si, dengan masa jabatan dari tahun 2015-2019. Beliau merupakan seorang dosen dari fakultas Syariah yang fokus bidang keilmuannya di Ekonomi Syariah. Kemudian pada tahun 2019 terjadi pergantian dekan yang di jabati oleh ibu Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum, dengan masa jabatan tahun 2019-2023.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan fakultas termudah yang ada di IAIN Manado. karena fakultas ini di bentuk pada tahun 2015

saat transformasi kelembagaan dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Manado menjadi Institut Agama Islam Negeri Manado. Fakultas ini juga merupakan pemekaran dari fakultas Syariah.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado menjadi pusat pendidikan, artinya masyarakat yang ingin mempelajari ilmu-ilmu ekonomi syariah dan perbankan syariah akan datang di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado untuk mendalami ilmu-ilmu tersebut, juga menjadi *center* dari bidang keilmuan. Yang dimaksud berdaya saing global yaitu mampu bersaing di kanca lokal, nasional maupun internasional, baik itu para mahasiswa yang mengikuti beragam kejuaraan, dan mencari lapangan pekerjaan, juga para dosen yang ingin mencari gelar doktornya.

Pengembangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado dalam sistem pendidikan nasional secara jelas didudukkan dalam peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang penyelenggaraan pendidikan di Indonesia. Pasal 17 dan 18 UU Nomor 20 Tahun 2003 tentang Pendidikan Tinggi secara jelas mengatur bentuk Pendidikan Tinggi yakni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado dan bentuk lain yang sederajat untuk pendidikan tinggi. Landasan hukum yang diacu juga memuat komitmen pemerintah dalam mengimplementasikan kesepakatan antara negara di bidang pembangunan pendidikan. Tujuan pembangunan *millenium* di bidang pendidikan merupakan salah satu kesepakatan antar negara yang harus dijalankan pemerintah Indonesia dalam pembangunan pendidikan.

3. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu Fakultas yang ada di IAIN Manado dengan jumlah pendaftar mahasiswa terbanyak setiap tahunnya. Dengan dua program studi di dalamnya yaitu program studi ekonomi syariah dan program studi perbankan syariah. Adapun struktur organisasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado yaitu :

1. Dekan : Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum
NIP : 197803242006042003
2. Wakil dekan I : Dr. Andi Mukarramah Nagauleng, M.Pd
NIP : 198410122011012008
3. Wakil dekan II : Hi. Ridwan Jamal, S.Ag., M.HI
NIP : 196512311998031008
4. Wakil dekan III : Dr. Munir Tubagus, S.Kom., M.Cs
NIP : 97311182006041001
5. Kabak Fakultas : Fanny Zaman, S.Ag
NIP : 197311012000032001
6. Ketua Prodi ES : Sjamsuddin A.K. Antuli, S.Ag., M.A
NIP : 197611262003121003
7. Sekretaris Prodi ES : Telsy Fratama Dewi Samad, M.S.I
NIP : 199008192019032008
8. Ketua Prodi PS : Nur Shadiq Sandimula, M.E
NIP : 199202162018011001
9. Sekretaris Prodi PS : Fitria Ayu Lestari Niu, M.S.A., Ak
NIP : 199403152019032018
10. Gugus Kendali Mutu : Dr. Nugraha Hasan, M.E
NIP : 199503272019031009
11. Kasubag Akademik : Emil Yusuf Rowiyan, S.E
NIP : 197605112009011008
12. Staf Kasubag Akademik : Hardianti Datunsolang, S.Pd
NIP : -
13. Kasubag Umum : Aditya Fathonah Toreh, S.HI., M.Si
NIP : 198203232003121006
14. JFU : Abdul Razak, S.Pd
NIP : 197806122007011021

4. Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran FEBI IAIN Manado

a. Visi FEBI IAIN Manado

Menjadi Fakultas yang Unggul dan Profesional dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam Berbasis Multikultural di Kawasan Timur Indonesia 2035.

b. Misi FEBI IAIN Manado

- 1) Menyelenggarakan pendidikan yang profesional di bidang ilmu ekonomi dan bisnis Islam.
- 2) Mengembangkan fakultas sebagai pusat penelitian berbasis multikultural dalam ilmu ekonomi dan bisnis Islam.
- 3) Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat berbasis multikultural dalam rangka penguatan bidang ilmu ekonomi dan bisnis Islam.
- 4) Menjalin kemitraan dengan berbagai pihak baik dalam maupun luar negeri pada bidang ilmu ekonomi dan bisnis Islam.

c. Tujuan FEBI IAIN Manado

- 1) Mencetak sarjana ekonomi yang kompetitif dan produktif yang handal di bidang ilmu ekonomi dan bisnis Islam.
- 2) Menghasilkan penelitian yang menjadi rujukan dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam.
- 3) Menciptakan masyarakat ekonomi syari'ah berdaya literasi di bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- 4) Terwujudnya kerjasama yang produktif dengan stakeholder di bidang ilmu ekonomi dan bisnis Islam.
- 5) Menghasilkan layanan fakultas yang bermutu dan berorientasi pada kepuasan stakeholder.

B. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Responden

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama (Kemenag) sudah menetapkan logo halal baru Indonesia yang berlaku secara Nasional. Yang melatar belakangi perubahan pada logo halal ini merupakan bagian dari berpindahnya wewenang sertifikasi halal dari LPPOM MUI ke BPJPH kemenag. Dengan diberlakukan aturan ini, terjadi perubahan otoritas lembaga yang mengeluarkan sertifikasi halal dari yang sebelumnya di keluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) dan sekarang berpindah ke Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) di bawah naungan Kementerian Agama (kemeng).

Perubahan *design* pada logo halal baru merupakan bentuk kebaharuan yang di lakukan oleh BPJPH. Akan tetapi yang terjadi di kalangan masyarakat, banyak menuai pro dan kontra, ada yang setuju dan aman-aman saja dengan logo baru tersebut, adapun yang kurang setuju dengan logo baru tersebut. Begitu juga dilihat dari pandangan ekonomi, banyak para produsen barang/jasa melakukan pembaharuan terhadap logo yang ada dalam kemasan barang/jasa. khususnya para konsumen muslim pasti menginginkan adanya logo halal yang terdapat dalam sebuah *brand* barang/jasa, agar aman terhindar dari segala sesuatu yang ada keharaman di dalamnya.

Perilaku konsumen memiliki beragam tanggapan ketika ingin berbelanja, terlebih khusus para konsumen Muslim. Di mana agar terciptanya rasa tentram dalam diri, maka label halal dalam sebuah produk menjadi sebuah upaya yang sangat penting untuk di pakai. Akan tetapi ada perbedaan perilaku dari setiap konsumen khususnya konsumen muslim dalam membeli atau memakai suatu barang/jasa. Ada konsumen yang tidak mengapa ketika membeli sebuah produk makanan dia tidak melihat label halal yang di keluarkan oleh MUI atau BPJPH, yang terpenting dia melihat

bahwa tidak ada unsur yang haram di dalamnya, dan ada juga konsumen yang harus melihat bahwa dalam produk tersebut harus wajib ada label halal yang di keluarkan oleh MUI atau BPJPH itu sendiri.

berikut ini peneliti sudah mengumpulkan data informan beserta hasil laporan wawancara mengenai persepsi dosen FEBI tentang Logo Halal Baru dalam Perspektif Ekonomi Syariah, yang di laksanakan mulai dari 12 Mei 2023 sampai 15 Mei 2023. Peneliti mengambil 8 informan yang terdiri dari dosen tetap FEBI IAIN Manado.

Tabel 4. 1 Nama dan Fakultas

No.	Nama	Fakultas
1	Dr. Ridwan Tabe, M.S.I	FEBI
2	Rahmawaty, M.S.I	FEBI
3	Telsy Fratama Dewi Samad, M.S.I	FEBI
4	Chadijah Haris, M.M	FEBI
5	Nurul Azizah Azzaochrah, M.E	FEBI
6	Fitriya Ayu Lestari Niu, M.S.A., Ak	FEBI
7	Lilly Anggraini, M.S.A	FEBI
8	Sofyan Octavian Tubagus, M.Si	FEBI

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Pada tabel 4.1 terdapat nama serta fakultas tempat mengajar para dosen yang merupakan dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri IAIN Manado.

Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Informan

No.	Nama	Fakultas
2	Laki-laki	25%
6	Perempuan	75%
	Total	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa informan dari penelitian ini terdiri dari 2 orang laki-laki dan 6 orang perempuan.

2. Persepsi Dosen FEBI tentang Logo Halal Baru (Tinjauan Perilaku Konsumen Muslim)

a. Tanggapan Dosen terkait dengan logo halal baru.

Di bawah ini peneliti akan memaparkan hasil wawancara yang telah dilaksanakan mengenai persepsi dosen FEBI tentang logo halal baru dalam perspektif ekonomi syariah terkait pandangan dosen tentang logo halal baru Indonesia. Berdasarkan hasil jawaban dari informan, peneliti mengetahui pandangan mereka terkait dengan logo halal baru Indonesia. Hal tersebut diungkapkan oleh ibu Rahmawaty, M.S.I saat di wawancarai pada tanggal 12 Mei 2023 di ruangan prodi perbankan syariah, beliau menjelaskan bahwa :

“Awalnya.. memang agak kaget kenapa harus di ganti karena sejauh ini kan sudah puluh berganti presiden berapa kali tidak pernah halal seperti itu di otak atik karena itu sebenarnya itu pyur keputusan dari MUI untuk mengenai label halal kalau sudah pemerintah sudah masuk di rana MUI kan ada tanda tanya, jadinya kan begitu ada apa dengan MUI ?...”

Begitu juga dengan informan ibu Fitriya Ayu Lestari Niu, M.S.A., Ak, saat di wawancarai pada tanggal 15 Mei 2023, di ruangan wakil dekan FEBI, ibu berpendapat bahwa :

“Menurut saya lebih bagus logo halal yang sebelumnya, karena memang lebih bagus dibandingkan dengan logo-logo halal yang ada di luar negeri, seperti di Malaysia atau di negara-negara tetangga. Bukan soal estetikanya, tapi lebih ke filosofi dari gambar itu. Karena selain itu kita sudah terbiasa dilihat dan sudah lazim berpuluh-puluh tahun kita pakai dan tiba-tiba ada perubahan. Jadi mungkin karena belum terbiasa dengan logo halal yang baru.”

Begitu juga yang di sampaikan oleh ibu Chadijah Haris, M.M, saat di wawancarai pada tanggal 15 Mei 2023 di ruangan wakil dekan, ibu menjelaskan bahwa :

“Awalnya sekilas tidak terbaca halal, tapi kalau di perhatikan dengan seksama akan terbaca. Menurut beliau bagus karena tidak mudah untuk di plagiasi.”

Pendapat lain juga di sampaikan oleh ibu Nurul Azizah Azzochrach, M.E, saat di wawancarai pada tanggal 15 Mei 2023, di ruangan Dekan FEBI, ibu menjelaskan :

“Lebih credible sih, karena sekarang dikeluarkan dari kemenag bukan lagi dari MUI jadi lebih percaya saja kalau sudah ada logo halal yang dikeluarkan oleh kemenag.”

Pendapat lain juga di sampaikan oleh bapak Dr. Ridwan Tabe, M.Si, saat di wawancarai pada tanggal 15 Mei 2023, di ruangan wakil dekan FEBI, beliau menjelaskan :

“Logo halal itu kalau menurut saya adalah logo itu hanya merupakan karya seni. Tapi yang terpenting adalah makna dari karya itu. Tentu kalau ditanya bagaimana tanggapan saya tentang logo itu tidak ada masalah. Tanggapan saya adalah memang kalau yang namanya karna seni itu melakukan perubahan itu tidak jadi masalah. Yang penting dalam hal ini dalam penerapan logo itu perlu yang namanya rentang waktu atau sosialisasi karena satu hal yang diterapkan itu harus punya waktu, dalam hal ini sosialisasi. Minimal dalam mengganti logo itu tidak serta merta mengatakan logo ini sudah tidak berlaku lagi. Artinya kalau ada produk yang keluar dengan menggunakan logo itu, tidak boleh kita mengatakan tidak bisa di gunakan, saya kurang sepakat dengan hal tersebut. Tapi kalau misalnya logo itu mempunyai range waktu yang lama itu tidak masalah. Karena memang harus ada perubahan. Kalau tidak ada perubahan itu staknan, orang-orang yang punya seni itu tidak bisa berkembang termasuk dalam hal karya logo. Jadi logo itu kan tulisan Arab, kalau sekarang lebih ke bentuk kaligrafi.”

Begitu juga yang di sampaikan oleh bapak Sofyan Octavian Tubagus, M.Si, saat di wawancarai di ruangan wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, bapak menjelaskan bahwa :

“Lebih bagus yang lama, karena yang lama ada huruf arabnya. Tapi yang sekarang susah untuk di baca. Juga logo halal lama tidak terlalu penting untuk di ganti, ”

Pendapat lain juga di jelaskan oleh ibu telsy Fratama Dewi Samad, M.S.I, pada saat di wawancarai di ruangan prodi ekonomi syariah pada tanggal 15 Mei 2023, ibu menjelaskan :

“Kalau menurut saya logo halal baru itu sebenarnya kurang merepresentasikan logo muslim gitu kan. Setidaknya ada simbol-simbol masjid atau huruf Arab yang memang kaligrafinya bisa di baca dengan jelas oleh orang awam gitu...karena logo halal ini bukan hanya di peruntukan untuk artistik biar dipahami oleh orang-orang kalangan tertentu tapi semuanya bisa tahu bahwa ini loh logo halal, sehingga menurut saya mungkin kalau saya lebih *private* dengan logo halal yang lama”

Pendapat lain juga disampaikan oleh ibu Lilly Anggraini, M.S.A, saat di wawancarai di aula FEBI pada tanggal 16 Mei 2023, ibu menjelaskan :

“Kalau saya, saya menerima, cuman menurut saya ada beberapa pendapat yang menyatakan logonya itu cenderung ke salah satu suku, tapi kalau menurut saya sepanjang tidak menyalahi esensinya tidak apa-apa.”

b. Pemahaman dosen tentang logo halal baru Indonesia

Selain untuk mencari tahu pandangan dosen tentang logo halal baru Indonesia, ada hal lain juga perlu untuk di cari tahu yaitu seberapa penting logo halal untuk di ganti atau di perbaharui. Seperti yang di jelaskan oleh ibu Rahmawaty, M.S.I, saat di wawancarai di ruang prodi perbankan syariah pada tanggal 13 Mei 2023, ibu menuturkan :

“Sebenarnya tidak penting banget untuk di ganti, soalnya halal seperti itu kan sudah dari jaman presiden Soekarno bahkan sampai kemarin di eranya SBY tidak pernah dari pemerintah mengubah total, paling ya yang berubah yang sebelumnya tidak dalam lingkaran, dan di rubah ke dalam lingkaran, dan tidak ada perubahan yang signifikan/ drastis.”

Selaras dengan apa yang di sampaikan oleh Bapak Sofyan Octavian Tubagus, M.Si, saat di waancarai di ruang wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, bapak mengatakan :

“Tidak penting, karena itu hanya buang-buang anggaran masih ada hal yang lebih penting. Seperti tempat warung makan, kos-kosan dan lainnya yang sudah mempunyai name box tapi masih menggunakan logo yang lama. Maka mereka harus mengeluarkan uang kembali untuk buat name box tersebut dan harganya tidak murah. Kalau yang ada di sebuah produk kemasan mudah untuk di ganti, tinggal mereka mencetak kembali kemasan produk tersebut dengan logo yang terbaru dan harganya relatif terjangkau dari pada

sebuah perusahaan yang mengukir logo halalnya di tembok, name box, dan lain sebagainya.”

Begitu juga yang disampaikan oleh ibu Fitriya Ayu Lestari Niu, M.S.A., Ak, saat di wawancarai di ruang wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, ibu mengatakan:

“Menurut pendapat saya belum ada suatu hal yang penting untuk diganti, tapi sudah terlanjur mau tidak mau kita harus pakai logo tersebut.”

Pendapat lain juga di sampaikan oleh ibu Chadijah Haris, M.M, saat di wawancarai di ruang wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, ibu mengatakan:

“Penting untuk diganti. Logo halal butuh pembaharuan karena logo halal yang lama Mudah di plagiasi.”

Sama halnya dengan pendapat yang di sampaikan oleh bapak Dr. Ridwan Tabe, M.Si, saat di wawancarai di ruang wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, Bapak menjelaskan bahwa :

“Menurut saya logo yang lama perlu untuk di ganti agar para seniman bisa berkembang. Menurut saya logo itu merupakan karya seni, maka dari itu perlu ada pembaharuan di dalamnya.”

Begitu juga pendapat yang di sampaikan oleh ibu Nurul Azizah Azzochrach, saat di wawancarai di ruang Dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, ibu menuturkan bahwa:

“Kalau misalnya di ganti bukan penting bentuknya yaa, bukan masalah bentuknya saja. Kalau bentuk tidak masalah apapun bentuknya its ok yang penting siapa yang mengeluarkan ini. Credble atau tidak. Tapi kalau kemarin orang yang mempermasalahkan bentuknya kayak apa, untuk saya tidak ada masalah karena itu bukan pointnya.”

Begitu juga yang di sampaikan oleh ibu Lilly Anggraini, M.S.A, saat di wawancarai di aula FEBI pada tanggal 16 Mei 2023, ibu menjelaskan bahwa:

“Menurut saya logo yang lama maupun yang baru tetap bisa digunakan sih. Tapi logo halal yang lama itu sudah lebih dikenali oleh banyak orang, dari pada logo halal yang baru.”

Hal senada juga di sampaikan oleh ibu Telsy Fratma Dewi samad, M.S.I saat di wawancarai di ruang prodi ekonomi syariah pada tanggal 15 Mei 2023, ibu menjelaskan:

“menurut saya sih penting, karena itu tadi untuk menekankan bahwa ini halal dengan delivarynya adalah ayat Al-Qur’an yang mengatakan halal begitu, tapi langsung di notice bahwa ini kata halal. Jangan seperti kaligrafi yang mungkin sebagian orang agak susah melihat bahwa ini adalah kaligrafi bahasa Arab halal tapi modelnya memang kayak wayang. Malah lebih condong wayang, 70% dari pada kaligrafi, itu sih menurut saya sebagai orang yang tidak terlalu mengerti tentang kaligrafi, sehingga kalau misalnya penekanan atas bahasa Arab penekanannya lebih terlihat, lebih kontras itu lebih baik karena ini representasi bahwa produk ini adalah halal”

- c. Pendapat dosen terkait dengan perpindahan wewenang proses sertifikasi halal

latar belakang terjadinya perubahan logo halal yaitu terjadinya perpindahan otoritas dari LPPOM MUI ke kemenag BPJPH. hal ini turut di tanyakan kepada para informan terkait tanggapan mereka atas perpindahan otoritas dari MUI ke BPJPH. diperoleh informasi dari ibu Rahmawaty, M.S.I saat di wawancarai pada tanggal 13 Mei 2023, di ruangan prodi perbankan syariah, ibu menjelaskan:

“Pastinya untuk mengubah dari MUI ke BPJPH pastinya banyak proses yang sudah di lalui. Itu merupakan bagian dari kebijakan pemerintah, yahh.. sebenarnya suka tidak suka mau tidak mau kita sebagai masyarakat mengikuti saja apa yang sudah di tetapkan oleh pemerintah.”

Sama halnya yang disampaikan oleh ibu Fitriya Ayu Lestari Niu, M.S.A., Ak, saat di wawancarai di ruang wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, ibu menjelaskan:

“Menurut saya di satu sisi mendukung karena sudah pemerintah yang mengambil alih. Jadi berarti segala prosedur sudah lebih teliti, terdeskripsi dengan baik sesuai dengan tugas-tugasnya. Tapi kadang pemerintah mempersulit proses-proses. Memang ada langka-langka yang di rasa oleh pihak yang di audit biasa di periksa kehalalannya. Karena birokrasi pemerintah itu beda dengan LPPOM kayak MUI, tapi ada baiknya bahwa pemerintah yang

periksa lebih detail lagi. Dalam artian MUI tidak detail , tapi ada hal-hal sekarang ini sudah banyak. Karena halal itu tidak hanya mencakup soal makanan tapi ada juga perhotelan, kosmetik, obat-obatan, pariwisata, dan lainnya. Semua itu harus ada label halal di dalamnya. Karena mengingat juga Indonesia negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, jadi di satu sisi mendukung bagus kalo pemerintah juga sudah konsen pada tentang legalitas halal ini, tapi di satu sisi perpindahan MUI ke BPJPH saya tidak tahu bagaimana prosedurnya.”

Begitu juga yang di sampaikan oleh ibu Nurul Azizah Azzochrach, saat di wawancarai di ruang Dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, ibu menuturkan bahwa:

“Lebih credible lebih terpercaya, MUI lembaga sendiri, sedangkan Kemenag merupakan bagian dari pemerintahan maka dari itu lebih terpercaya dibandingkan dengan yang lama.”

Senada juga dengan pendapat yang di sampaikan oleh ibu Chadijah Haris, M.M, saat di wawancarai pada tanggal 15 Mei 2023 di ruangan wakil dekan, ibu menjelaskan bahwa :

“Pasti ada beberapa pertimbangan dari pemerintah sehingga berpindahnya lembaga yang melakukan sertifikasi halal yang sebelumnya di MUI sekarang berpindah ke BPJPH.”

Selaras dengan apa yang disampaikan oleh bapak Dr. Ridwan Tabe, M.Si, saat di wawancarai di ruang wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, Bapak menjelaskan bahwa :

“menurut saya itu justru lebih memperkuat, karena itu kan MUI di setiap daerah pasti memilikinya, kalau satu hal akan dibahas sama, kenapa tidak di pusatkan saja. Justru memungkinkan menimbulkan perbedaan kalau misalnya di bahas atau kemungkinan masing-masing dari setiap MUI yang ada di setiap daerah. Kalau di tanya bagaimana tanggapan bapak terkait berpindahnya ke pusat, jawaban saja its ok tidak apa-apa.”

Begitu juga pendapat dari ibu Telsy Fratma Dewi samad, M.S.I saat di wawancarai di ruang prodi ekonomi syariah pada tanggal 15 Mei 2023, ibu menjelaskan:

“menurut saya sih kedua lembaga tersebut itu tidak mengapa mau MUI atau dari kemenag karena sama-sama memang yang mengatur tentang urusan-urusan umat Islam dan di Indonesia. Kita tahu MUI itu mengeluarkan fatwa-fatwa terkait dengan ini yang halal ini yang haram. Sedangkan kementerian agama itu mengatur tentang sebenarnya beberapa agama yaa.... ada Islam dan lainnya, baik itu pendidikan, dan hal-hal lainnya, jadi lebih umum saja. Tapi its ok mau di rule sama MUI atau kemenag”

Begitu juga pendapat dari ibu Lilly Anggraini, M.S.A, saat di wawancarai di aula FEBI pada tanggal 16 Mei 2023, ibu menjelaskan bahwa:

“Menurut saya perubahan regulasi sama pemegang nanti berpengaruh kepada para pemilik sebuah produk barang/jasa. di mana biasanya mengurus di MUI akan tetapi sekarang mengurusnya ke kemenag BPJPH. nanti mungkin harus ada sosialisasi lagi karena mungkin sistemnya berubah berarti SOPnya mungkin ada yang berubah.”

Pendapat lain juga di sampaikan oleh bapak Bapak sofyan Octavian Tubagus, M.Si, saat di waancarai di ruang wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, bapak mengatakan :

“Pendapat saya tetap MUI yang mengeluarkan fatwa dalam sebuah produk yang ingin mengurus sertifikasi halal. Akan tetapi secara administratif yang mengurus hal tersebut adalah dari kemenag yaitu BPJPH.”

d. Sikap kurang setuju para dosen dengan logo halal baru

Pergantian logo halal menuai banyak pendapat dari kalangan masyarakat, terlebih khusus di kalangan akademisi. Salah satunya pendapat yang kurang setuju dengan logo halal yang baru di terbitkan oleh BPJPH. Hal ini bisa di lihat dari hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada ibu ibu Rahmawaty, M.S.I saat di wawancarai pada tanggal 13 Mei 2023, di ruangan prodi perbankan syariah, ibu menjelaskan:

“Dari awal logo baru itu di publikasi itu sebenarnya kan sudah langsung banyak pro dan kontra ada yang pro katanya di situ ada

terdapat nilai *art* atau seninya di satu sisi juga di situ ada kontranya mereka tidak sepakat karena itu tidak identik dengan tulisan arab yang sebenarnya terlalu banyak modifikasi. Nah kembali lagi karna ini yang memutuskan adalah pemerintah yang mempunyai kuasa, wewenang, jadi apapun itu bentuknya kita harus menerima. Kalau melihat dari tulisan halal yang sebenarnya menurut bahasa arab itu kan seperti logo yang sebelumnya. Kalau halal yang sekarang itu lebih mengarah yang kebukan mengarah ke tulisan arab tapi lebih ke seninya dan kalau dilihat juga kelihatan seperti bentuk apanya wayang kulit. Nah itu yang membuat kurang sepakat tapi mau tidak mau suka tidak suka harus bisa menerima.”

Begitu juga yang disampaikan oleh ibu ibu Fitriya Ayu Lestari Niu, M.S.A., Ak, saat di wawancarai di ruang wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, ibu menjelaskan:

“Memang terkesan seperti wayang kearifan lokal, tapi esensinya tetap sama dengan logo yang sebelumnya. Sebenarnya saya berbicara sebagai masyarakat ataupun selaku akademisi merasa kaget juga kenapa harus di ganti dan tidak tahu sebelumnya ada sayembara atau apa untuk membuat logo halal itu, jadi tidak tahu tiba-tiba sudah di ganti dan di *publish*. Tapi sejauh ini tidak mengganggu. Tapi di ingat lagi bahwa mungkin masyarakat yang lain yang belum *update* seperti kita itu belum mengerti bahwa itu logo halal yang baru. dari pribadi masih lebih cenderung suka logo halal yang lama”

Senada dengan apa yang di sampaikan oleh bapak sofyon Octavian Tubagus, M.Si, saat di waancarai di ruang wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, bapak mengatakan :

“Menurut saya, tidak terlihat logo halal. Logo halal baru kalau di lihat lebih ke arah seni dan modern, tapi masih jauh dari maksud logo halal.”

Begitu juga yang di sampaikan oleh ibu Telsy Fratma Dewi samad, M.S.I saat di wawancarai di ruang prodi ekonomi syariah pada tanggal 15 Mei 2023, ibu menjelaskan:

“kalau menurut saya itu menjadi isu karena itu tadi terlalu kontras simbol wayang dari pada simbol halalnya sehingga menjadi diskusi. Coba saja kata halal dalam bahasa Arab lebih kelihatan dari pada terlihat seperti simbol wayang dari jauh. Jadi tidak bakal orang melakukan protes atau misalnya membicarakan bahwa ini

logo halal malah seperti simbol wayang, padahal itu lebih ke budaya, budaya juga bukan budaya seluruh Indonesia karena wayang ini kan kita kenal dengan orang-orang Jawa, tapi ya... sesuatu bisa menimbulkan satu isu atau diskusi karena ada hal yang memang menurut mereka perlu untuk di lihat lagi begitu ya, di revisi atau di kaji”

Begitu juga pendapat dari ibu Lilly Anggraini, M.S.A, saat di wawancarai di aula FEBI pada tanggal 16 Mei 2023, ibu menjelaskan bahwa:

“Kalau saya tidak apa-apa menggunakan logo sekarang tapi lebih bagusnya lagi mungkin kembali lagi ke logo sebelumnya karena lebih dikenali oleh banyak orang. Saya lebih suka logo lama ketimbang dengan logo yang baru. karena orang-orang yang belum pernah melihat logo halal pasti wahh mana label halalnya kan biasanya warna hijau ko ini jadi warna ungu, jadi pastinya mereka bingung.”

- e. Sikap mendukung dosen dan tidak mempermasalahkan dengan logo halal baru Indonesia

Adapun pendapat yang mengatakan setuju dengan logo halal yang baru. seperti yang di jelaskan oleh ibu Chadijah Haris, M.M, saat di wawancarai pada tanggal 15 Mei 2023 di ruangan wakil dekan, ibu menjelaskan bahwa :

“Menurut saya logo halal yang baru lebih mencerminkan Indonesia bisa dilihat dari bahwa Indonesia kaya akan beragam budaya seninya, seperti bentuk wayang yang tertuang dalam logo tersebut. Selain itu mungkin tujuan dari pemerintah membuat visual logo seperti itu untuk mencerminkan kepada negara lain bahwa ini adalah logo halal Indonesia yang mencirikhaskan budaya yang ada.”

Senada dengan pendapat yang di sampaikan oleh bapak Dr. Ridwan Tabe, M.Si, saat di wawancarai di ruang wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, Bapak menjelaskan bahwa :

“dari visual tanggapan saya khawatirnya logo yang baru ini tidak mudah di baca, kalau logo yang lama mudah untuk di baca. Kalau dari segi model saya suka yang baru, karena memang saya itu pada dasarnya suka perubahan. Saya justru kalau tidak ada perubahan kurang suka.”

Begitu juga yang disampaikan oleh ibu Nurul Azizah Azzochrach, saat di wawancarai di ruang Dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, ibu menuturkan bahwa:

“Tidak masalah dengan visual yang terbaru ini.”

- f. Pandangan dosen tentang logo halal baru dalam meningkatkan pendapatan para penjual

Sekarang ini halal *value chain* sedang ramai untuk di bahas, hal ini juga berdampak bagi para produsen barang/jasa yang di mana berpengaruh bagi pendapatan mereka. Dengan adanya logo halal baru ini juga bisa menjadi salah satu faktor meningkatnya pendapatan para produsen. Berkaitan dengan hal tersebut selaras dengan bagaimana perilaku dari konsumen khususnya konsumen muslim sendiri dalam membeli atau memakai sebuah produk barang/jasa. dapat di lihat bagaimana tanggapan para dosen terkait hal tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu ibu Rahmawaty, M.S.I saat di wawancarai pada tanggal 13 Mei 2023, di ruangan prodi perbankan syariah, ibu menjelaskan:

“Kalau terkait dengan penjualan entah itu makanan atau produk-produk yang membutuhkan kehalalan, itu sebenarnya tidak ada pengaruhnya dengan income dari sebuah produk. Saya saja yang mempunyai sebuah produk makanan belum ada label halalnya, tapi sudah banyak peminatnya, sejauh ini alhamdulillah tidak ada masalah dan kendala, apalagi mereka yang sebelumnya sudah memang mengurus label halal karna mungkin belum di update tapi mereka tetap mendapatkan income yang sama dengan sebelumnya. Kita tinggal di daerah minoritas yang memang itu perlu kehati-hatian apalagi berkaitan soal makanan, kita harus melihat juga apakah ada label halalnya. Ada label halalnya kadang-kadang kita tidak bisa menerima. Karena mereka yang pedagang makanan yang produk non halal saja mereka itu mengurus legalitas sertifikasi halal. Karena pengalaman makan coto Makassar di daerah Boulevard, ternyata yang punya orang China dan dia agama konghucu tapi dia punya warung makan yang ada logo halalnya. Nah itu harus ada kehati-hatian. Waspada itu perlu karena apa yang kita makan apa yang kita konsumsi kehalalannya itu wajib. Kalau

tidak baik untuk tubuh kita, itu akan berpengaruh pada kesehatan kita.”

Selaras dengan yang di katakan oleh ibu Fitriya Ayu Lestari Niu, M.S.A., Ak, saat di wawancarai di ruang wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, ibu menjelaskan:

“Intinya mau logo halal baru ataupun yang lama selaku konsumen kita lihat dulu yang halal. Tapi bukan tulisan halal yang seperti di pinggir jalan, melainkan halal yang di berikan oleh MUI ataupun BPJPH. Jadi sekarang saya lebih tertarik apabila suatu produk sudah memakai logo halal baru. karena otomatis semua orang langsung serentak mengubah semua dari buku menu terus tampilan halal yang masih pakai logo lama otomatis harus di ganti. Dan pasti karena *new* logo berarti *new branding*. Artinya mereka mengartikan bahwa ini logo baru otomatis menurut pemahaman saya yang sudah memakai logo halal baru berarti sudah melalui tahapan sertifikasi dari BPJPH. Itu anggapan saya. Karena yang saya tahu kalau memakai logo yang baru berarti sudah melewati proses sertifikasi yang baru dari BPJPH. Seperti ichiban ShuShi mereka sebelumnya belum memakai logo halal, karena memang belum melewati proses sertifikasi dari BPJPH. Menurut saya meningkatkan ekonomi.”

Begitu juga yang di jelaskan oleh ibu Lilly Anggraini, M.S.A, saat di wawancarai di aula FEBI pada tanggal 16 Mei 2023, ibu menjelaskan bahwa:

“Tetap bisa kayaknya. Karena misalnya orang jualan makanan, misalnya roti xxx sudah di kenal oleh banyak orang tapi tidak punya banyak pelanggan. Selama dia bisa mempertahankan halalnya dan cita rasa tentu produknya akan tetap beli. Seperti itu...Kalau saya juga lebih cenderung pada fungsi dan manfaat sama halalnya. Sepanjang fungsi dan manfaatnya bagus, dan itu hal yang saya butuhkan, kemudian logo halalnya ada, tidak apa-apa walaupun menggunakan logo halal yang lama maupun baru tetap saya beli karena itu kebutuhan saya. Saya juga tertarik apabila dalam sebuah produk sudah menggunakan logo halal baru.”

Begitu juga yang di katakan oleh bapak sofyan Octavian Tubagus, M.Si, saat di wawancarai di ruang wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, bapak mengatakan :

“Iya bisa, logo halal baru maupun lama keduanya bisa meningkatkan pendapatan dari para penjual. Karena setiap konsumen khususnya muslim pasti akan mencari ada label halalnya atau tidak dalam produk tersebut sehingga tercipta rasa aman dalam diri dan tidak ragu lagi dalam memakai, makan ataupun minum produk-produk tersebut.”

Selaras juga dengan yang di katakan oleh ibu Telsy Fratma Dewi samad, M.S.I saat di wawancarai di ruang prodi ekonomi syariah pada tanggal 15 Mei 2023, ibu menjelaskan:

“sebenarnya kalau kita berbicara tentang pasar memang logo halal itu sekarang sangat di butuhkan yaa... tidak Cuma produk makanan tapi sekarang kayak obat-obatan, hotel, *fashion* dan sebagainya. Karena halal *value chain* itu lagi berkembang saat ini. Jadi terlepas dari dia logo baru atau lama pasti pengusaha tertarik untuk membuat sertifikasi halal dalam produknya. Tapi kalau berbicara dengan logo halal yang baru dari perspektif konsumen pasti punya variasi jawaban nyaman atau tidak, cepat di pahami, tapi kalau bagi produsen tetap saja produsen itu akan memakai produk halal di saat sekarang di mana produk halal dan halal *value chain* lagi berkembang. jujur saja kalau dari saya sendiri saya lebih suka dengan logo halal yang lama, logo halal baru yaa menarik sih, cantik, mungkin kita baru saja di ganti selama sepanjang hidup kita logo halalnya itu-itu saja terus tiba-tiba di ganti jadi ya menarik, karena sesuatu yang baru cenderung kita suka begitu ya. Tapi menurut saya bukan dari suka atau tidaknya tapi kita melihatnya sebagai seorang konsumen, ohhh kita tahu ini loh logo halal, kita tidak bertanya-tanya ada logo halal ga? Misalnya orang belum tahu bahwa logo halal sudah di ganti begitu. Terus dia lihat ini apa ? ini halal atau bukan ? ko modelnya begini, maka jadi pertanyaan lagi begitu yaa”

Begitu juga pendapat dari ibu Chadijah Haris, M.M, saat di wawancarai pada tanggal 15 Mei 2023 di ruangan wakil dekan, ibu menjelaskan bahwa :

“Iya, bisa meningkatkan pendapatan dari para penjual. Saya sendiri tertarik apabila dari sebuah brand barang/jasa memakai logo halal baru. artinya dari suatu produk barang/jasa tersebut sudah memperbaharui dan melewati proses sertifikasi terbaru dari BPJPH.”

Senada juga dengan yang di sampaikan oleh Nurul Azizah Azzochrach, saat di wawancarai di ruang Dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, ibu menuturkan bahwa:

“Kalau untuk di daerah minoritas, itu penting sekali. Beda halnya misalnya kayak di daerah mayoritas misalnya Makassar. Orang tidak terlalu melihat logo halal karena sudah tahu yang jual memakai hijab lebih gampang mereka memilih makanan. Beda kalau kita di minoritas seperti di Manado. Logo halal itu penting sekali untuk dilihat. Karena kan tidak tahu siapa yang menjual ini, apakah betul-betul dagingnya ini daging halal atau tidak dan seterusnya. Dan itu pasti dapat meningkatkan perekonomian khususnya UMKM dan seterusnya.”

Sama halnya dengan apa yang di sampaikan oleh bapak Dr. Ridwan Tabe, M.Si, saat di wawancarai di ruang wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, Bapak menjelaskan bahwa :

“iya bisa, karena dengan adanya logo halal banyak konsumen muslim merasa aman dan tidak takut lagi untuk membeli sebuah produk makanan ataupun yang lainnya.”

- g. Pendapat Dosen yang menjadi kendala logo halal baru Indonesia sulit untuk di terima

logo halal baru pada saat di terbitkan oleh BPJPH menuai banyak kritikan dari para masyarakat. Adapaun peneliti mengetahui apa yang menjadi kendala dari logo tersebut sulit untuk di terima, berdasarkan hasil wawancara dari beberapa dosen yaitu pendapat dari ibu Fitriya Ayu Lestari Niu, M.S.A., Ak, saat di wawancarai di ruang wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, ibu menjelaskan:

“Belum semua orang tahu, kendalanya publikasi dan sosialisasi dari pemerintah serta pemahaman dari masing-masing individu. karena tidak semua melihat logo halal , bahkan orang Islam pun hanya memilih orang-orang tertentu yang konsen dengan halal. Ada juga yang hanya ada kalanya yang penting memakai hijab mereka pasti taunya itu halal. Menurut saya logo ini tidak terlalu berpengaruh di penjualan atau dalam brand makanan.”

Begitu juga yang disampaikan oleh ibu Lilly Anggraini, M.S.A, saat di wawancarai di aula FEBI pada tanggal 16 Mei 2023, ibu menjelaskan bahwa:

“Mungkin perubahan bentuknya. Kalau sebelumnya kan halal jelas bacaannya kalau sekarang kayaknya lebih mengedepankan nilai seni, jadi orang itu bingung ini bacaannya apa kecuali mungkin mereka baca yang tulisan di bawahnya halal Indonesia. Untuk huruf hijaiyahnya susah untuk di baca bagi orang awam. Tapi untuk orang yang mengenal kaligrafi pasti mereka tahu bahwa ini tulisan halal.”

Selaras dengan apa yang di sampaikan oleh ibu Telsy Fratma Dewi samad, M.S.I saat di wawancarai di ruang prodi ekonomi syariah pada tanggal 15 Mei 2023, ibu menjelaskan:

“menurut saya perubahan bentuk yang terlalu kontras sehingga sulit untuk diterima oleh masyarakat. Maka dari itu banyak terjadi perbedaan pendapat dan diskusi terkait dengan logo tersebut.”

Senada dengan apa yang di sampaikan oleh ibu Rahmawaty, M.S.I saat di wawancarai pada tanggal 13 Mei 2023, di ruangan prodi perbankan syariah, ibu menjelaskan:

“Kendalanya mungkin pemerintah harus lebih memberikan edukasi kepada seluruh masyarakat Indonesia terkait dengan logo halal baru, juga dari *designnya* bisa di buat lebih ke arah netral tidak hanya mencerminkan satu budaya saja.”

Begitu juga yang di sampaikan oleh bapak sofyon Octavian Tubagus, M.Si, saat di wawancarai di ruang wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, bapak mengatakan :

“Yang menjadi kendalanya di antaranya yaitu belum ada suatu hal urgent yang membuat logo tersebut harus di ganti. yang kedua secara filosofis terlalu kejawa-jawaan.”

Pendapat lain juga dari ibu Nurul Azizah Azzochrach, saat di wawancarai di ruang Dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, ibu menuturkan bahwa:

“Mungkin yang menjadi kendala adalah kurangnya edukasi dari pemerintah terkait dengan logo halal telah di perbaharui dan

lembaga yang mengeluarkannya bukan lagi dari LPPOM MUI melainkan dari Kemenag BPJPH.”

Senada dengan pendapat dari ibu Chadijah Haris, M.M, saat di wawancarai pada tanggal 15 Mei 2023 di ruangan wakil dekan, ibu menjelaskan bahwa :

“Kendalanya mungkin pemerintah harus lebih memberikan edukasi kepada seluruh masyarakat Indonesia terkait dengan logo halal baru.”

Serta pendapat juga dari bapak Dr. Ridwan Tabe, M.Si, saat di wawancarai di ruang wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023, Bapak menjelaskan bahwa :

“Menurut saya logo yang baru ini tidak mudah di baca. Kurangnya sosialisasi dari pemerintah terkait dengan adanya logo yang sudah di perbaharui.”

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan jumlah informan sebanyak 8 orang dosen yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri IAIN Manado, dapat disimpulkan seluruh dosen sudah pernah melihat logo halal yang baru.

Dalam penelitian ini berdasarkan teori indikator persepsi dari Bimo Walgito, pemahaman dosen tentang logo halal baru Indonesia di tinjau dari perilaku konsumen muslim tidak perlu untuk di ganti dan kurang pas waktunya, dikarenakan pergantian terhadap logo yang lama belum ada hal yang sangat *urgent* yang menjadi penyebab logo halal harus di perbaharui. Juga harus ada edukasi kembali kepada masyarakat terkait logo halal yang baru. serta ditemukan juga data dari para informan yang mengatakan bahwa dari visual logo tersebut kurang suka karena susah untuk di baca dibandingkan logo lama yang mudah dan jelas untuk dibaca.

Selanjutnya, dari penelitian ini peneliti memperoleh informasi mengenai pendapat dosen terkait dengan lembaga yang mengeluarkan logo tersebut langsung dari BPJPH kemenag bukan lagi di keluarkan oleh

LPPOM-MUI. Hampir semua dosen mendukung dengan adanya perpindahan otoritas dari MUI ke BPJPH karena hal tersebut bisa memperkuat dalam proses sertifikasi, dan lebih terpusat serta lebih terjamin. Tapi ada juga yang mengatakan bahwa pemerintah juga kadang kala mempersulit dalam proses sertifikasi tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan informasi mengenai perbedaan pendapat terkait dengan visual dari logo halal baru Indonesia, 5 dari 8 dosen tidak setuju dengan logo halal baru, dikarenakan logo yang baru ini susah untuk di baca, terlalu mengedepankan nilai seni, hanya mencerminkan satu budaya saja, terlalu Jawasentris, serta terlalu kontras atau tampak simbol wayang di bandingkan tulisan halal. Juga 3 dari 8 orang setuju dengan logo yang baru, alasannya karena ingin ada kebaruaran dalam logo tersebut, mencerminkan budaya Indonesia untuk di perlihatkan kepada dunia bahwa ini adalah logo halal Indonesia yang terkandung unsur budaya di dalamnya.

Dalam penelitian ini di dapatkan informasi pandangan dosen terkait dengan apakah dengan adanya logo halal baru dapat meningkatkan pendapatan para penjual?, semua dosen mengatakan bisa meningkatkan pendapatan dari para penjual, ada beberapa dosen tertarik untuk berbelanja apabila dalam sebuah barang/jasa tersebut sudah memakai logo halal baru. alasannya berarti barang tersebut sudah melewati proses sertifikasi yang dilakukan oleh BPJPH. ada juga yang berpendapat bahwa logo halal atau baru keduanya pasti meningkatkan pendapatan para karena dengan adanya logo halal para konsumen khususnya konsumen muslim akan merasa tenang dalam membeli sebuah produk makanan/barang, karena terhindar dari sesuatu yang haram di dalamnya. Juga sekarang ini sedang berkembang halal *value chain*. Di mana mulai dari makanan halal, wisata halal, sampai *fashion* halal sementara berkembang. Maka dari itu terkait logo halal baru maupun logo halal lama dapat meningkatkan pendapatan para penjual.

Selanjutnya, yang menjadi kendala logo halal baru sulit di terima oleh masyarakat, para dosen berpendapat bahwa kurangnya edukasi dari pemerintah sehingga banyak yang belum tahu tentang logo halal baru, juga logo halal hanya mengedepankan nilai seni dan merepresentasikan satu suku saja di dalamnya, dan juga logo tersebut susah untuk di baca bagi orang-orang awam dan yang tidak terlalu mengerti soal kaligrafi.

Terkait pembahasan ini, persepsi dosen FEBI terhadap logo halal baru di tinjau dari teori perilaku konsumen muslim sangat bervariasi. Hal ini dikarenakan setiap individu mempunyai persepsi berbeda-beda. Peneliti mengaitkannya dengan definisi persepsi yang di kemukakan oleh Bimo Walgito yaitu persepsi yang di sampaikan oleh setiap individu tidak selalu sama walaupun di lakukan pada saat yang bersamaan.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan, maka beberapa hal dapat di simpulkan dalam penelitian ini yaitu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado sudah mengetahui adanya logo halal baru yang di terbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) kemenag. Hal ini diperoleh dari jawaban yang peneliti dapatkan terkait dengan judul yang dia angkat. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado tidak semuanya mengatakan logo tersebut setuju untuk di ganti. 5 dari 8 orang dosen menyatakan kurang setuju dengan tampilan logo yang baru berdasarkan pertimbangan perilaku konsumen Muslim, dikarenakan logo halal sebelumnya memberikan kemudahan bagi para konsumen muslim dari berbagai kalangan dalam mengenal produk halal berdasarkan tulisan atau simbol yang mencirikhaskan keislaman yang jelas dan mudah di baca serta di pahami. sedangkan 3 orang menyatakan setuju dan tidak mengapa apabila logo tersebut untuk di ganti karena logo tersebut butuh pembaharuan dan juga logo yang baru ini lebih merepresentasikan dan mencerminkan nilai budaya yang ada di Indonesia. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado sudah mengetahui adanya perpindahan otoritas dari LPPOM MUI ke BPJPH kemenag. Di mana alasan tersebut yang menjadikan terjadinya pergantian logo halal Indonesia. Penilaian Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado terkait visual dari logo tersebut yaitu terlalu mengedepankan nilai seni dan kurang merepresentasikan Islam serta susah untuk di baca. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado menyatakan bahwa logo halal baru dapat meningkatkan pendapatan para penjual. Dan juga walaupun masih menggunakan logo yang lama tetap bisa meningkatkan pendapatan dari para penjual. Karena sedang berkembang program dari pemerintah yaitu halal

Value chain. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado berpendapat bahwa logo halal baru sulit di terima oleh masyarakat karena tulisannya susah untuk di baca dan perlu adanya edukasi dari pemerintah tentang logo halal baru.

B. Saran

Setelah menarik kesimpulan terkait penelitian ini, maka ada beberapa saran dari peneliti dalam penelitian ini:

1. Bagi Dosen

Diharapkan bagi para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado dapat memberikan penjelasan khususnya bagi para mahasiswa terkait dengan logo halal baru agar nantinya para mahasiswa bisa menyampaikannya kepada masyarakat yang ada di lingkungan sekitarnya.

2. Bagi Pemerintah

Diharapkan pemerintah dalam memberikan edukasi kepada masyarakat agar masyarakat bisa paham dan tahu bahwa logo halal sudah di ganti. Diharapkan logo halal yang lama bisa di gunakan kembali dari pada logo halal yang baru ini, karena susah untuk di baca dan kurang merepresentasikan Islam. Diharapkan pemerintah seharusnya lebih memikirkan apa urgensi yang melatar belakangi pergantian logo tersebut.

3. Bagi Penelitian selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan bisa membahas mengenai halal *value chain* karena sekarang ini topik tersebut sedang berkembang di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Terjemah Kemenag 2019

Abdul Aziz Nugraha Pratama, Fetria Eka Yudiana, *Perilaku Hijrah Konsumen Muslim* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2022)

Al-Qaradawi, Yusuf, *The Lawful And The Prohibited In Islam* (Islamic Book Trust, 2013)

Ariny, Bintang Dzumirroh, And Nurhasanah, ‘Dampak Positif Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Dalam Menciptakan Sistem Jaminan Produk Halal Di Indonesia’, *Syarie: Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam*, 3.2 (2020), 198–218 <<https://stai-binamadani.e-journal.id/syarie/article/view/204/170>>

Bashir, Abdalla Mohamed, ‘Effect Of Halal Awareness, Halal Logo And Attitude On Foreign Consumers’ Purchase Intention’, *British Food Journal*, 121.9 (2019), 1998–2015 <<https://doi.org/10.1108/Bfj-01-2019-0011>>

Bpjph, ‘Ditetapkan, Label Halal Indonesia Berlaku Nasional’, *Halal.Go.Id*, 2022 <<http://halal.go.id/beritalengkap/566>> [Accessed 10 February 2023]

Bungin, Burhan, *Sosiologi Komunikaasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006)

Devina, Andra Putri, *Opini Masyarakat Kelurahan Pangkalan Masyur Kota Medan Tentang Kontroversi Logo Baru Halal Indonesia* (Medan, 2022)

Dewi Samad, Telsy Fratama, ‘Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Preferensi Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Dan Kfc Di Yogyakarta’, *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.1 (2019), 1 <<https://doi.org/10.22219/jes.v4i1.7960>>

Hasanah, Hasyim, ‘Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)’, *At-Taqaddum*, 8.1 (2017), 21 <<https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>>

Hidayanto, Taufik, ‘Simbol Budaya Logo Halal Versi 2022’ (Universitas Nasional, 2022)

Irham, Mawaddah, ‘Analisis Persepsi Dosen Terhadap Perbankan Syariah’, *Jurnal Ekonomi Islam*, 4 (2019), 436–56

Izzuddin, Ahmad, ‘Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner’, *Jurnal Penelitian Ipteks*, 2 (2018), 105

- Januariyansah, Sapitri, 'Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori : Efektif Dan Efisien',
https://www.researchgate.net/publication/328662854_Analisis_Desain_Logo_Berdasarkan_Teori_Efektif_Dan_Efisien, 1.1 (2018), 13–14
 <<https://doi.org/10.13140/Rg.2.2.20543.97448>>
- Jefri Putri Nugraha, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rojati, Gazi Saloom, Fathihani, Rene Johannes, *Teori Perilaku Konsumen*, Ed. By M.T Ahmad Jibril, S.T., 1st Edn (Pekalongan, Jawa Tengah: Pt. Nasya Expanding Management (Penerbit Nem-Anggota Ikapi), 2021)
- Kasali, Rhenald, *Manajemen Periklanan Konsep-Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia* (Jakarta: Grafiti, 2007)
- Kurniawati, Dwi Agustina, And Hana Savitri, 'Awareness Level Analysis Of Indonesian Consumers Toward Halal Products', *Journal Of Islamic Marketing*, 11.2 (2020), 522–46 <<https://doi.org/10.1108/Jima-10-2017-0104>>
- Misanan, Munrokhim, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pres, 2011)
- Muhammad, Nabil Jundu, 'Halal Value Chain Dan Peran Penting Dalam Industri Halal', 2022
 <[https://www.kompasiana.com/nabiljundu/622999be7a36cd26a17b8c52/Halal-Value-Chain-Dan-Peran-Pentingnya-Dalam-Industri-Halal#:~:Text=Halal Value Chain Atau Dapat,Dengan Teknologi Pengolahan Yang Digunakan.](https://www.kompasiana.com/nabiljundu/622999be7a36cd26a17b8c52/Halal-Value-Chain-Dan-Peran-Pentingnya-Dalam-Industri-Halal#:~:Text=Halal%20Value%20Chain%20Atau%20Dapat,Dengan%20Teknologi%20Pengolahan%20Yang%20Digunakan.)> [Accessed 31 May 2023]
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi* (Bandung: Pt. Rosda Karyaoffset, 2015)
- Najed, Nusri Hamang, *Ekonomi Islam Ajaran Kesejahteraan Dan Kemaslahatan Umat (Pokok-Pokok Fiqiyah, Landasan Perekonomian Sejarah Dan Manajemen Zakat)* (Parepare: Lbh Press, 2013)
- Nona, Reyna Virginia, Falentina Lucia Banda, Ernesta Leha, Philipus Neriussupardi, Konstantinus Denny Pareira Meke, And Lely Suryani, 'Persepsi Dosen Universitas Flores Terhadap Program Merdeka Belajar Kampus Merdek', *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4.1 (2021), 763–77
 <<https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i1.1976>>
- Nora Anisa Br. Sinulingga, Hengki Tamando Sitohang, *Perilaku Konsumen: Strategi Dan Teori* (Nem, 2021)
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008)
- Rachman, Abdul, Maemunah, Mariya Ulpah, 'Desain Baru Logo Halal Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal; Antara Urgensi, Seni, Dan Esensi', *El-Buhuth*, 4 (2022), 248

- Ramadhan, Maulana, 'Makna Logo Halal Baru Dan Tanggapan Kemenag Soal Kemiripannya Dengan Gunung Wayang', *Www.Kompas.Com*, 2022 <<https://www.kompas.com/wiken/read/2022/03/13/150500681/makna-logo-halal-baru-dan-tanggapan-kemenag-soal-kemiripannya-dengan?page=2>> [Accessed 10 February 2022]
- Riyanto, Nur, *Pengantar Ekonomi Syariah: Teori Dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2017)
- Saleh, Abdul Rahman, *Psikologi: Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004)
- Sari, Desi Indah, 'Perlindungan Hukum Atas Label Halal Produk Pangan Menurut Undang-Undang', *Repertorium : Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan*, 7.1 (2019), 1 <<https://doi.org/10.28946/rpt.v7i1.264>>
- Shofie, Yusuf, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Medan: Kencana, 2013)
- Suawa, Alicia Jeniver, Altje L. Tumbel, And Yunita Mandagie, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di New Ayam Bandung Resto Kawasan Megamas Manado', *Jurnal Emba*, 7.4 (2019), 5195–5204
- Syarifuddin, Fitriana & Arafah, Iroh Rahmawati, Sri Mulyono, Binti Mutafarida, Trimulato, Muh. Arah, Solihah Sari Rahayu, Aseip Dadan Suganda, Ade Irvi Nurul Husna, Muyasaroh, Anne Haerany, Khairul Rijal, Eko Sudarmanto, Marlya Fatira Ak, *Ekonomi Syariah* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020)
- 'Tafsirq' <<https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-168#tafsir-quraish-shihab>> [Accessed 9 March 2023]
- Walgito, Bimo, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: Cv Andi Offest, 2010)
- Yanti, Rima Eka, Aslan, Asryruni Multahada, 'Persepsi Siswa Pada Pendidikan Nilai Di Sekolah Dasar Tarbiyatul Islam Sambas', 2.3 (2022), 429–40

**L
A
M
P
I
R
A
N**

Lampiran 1:

PEDOMAN WAWANCARA

1. Apakah bapak/Ibu sudah melihat gambar dari logo halal baru Indonesia?
2. Bagaimana tanggapan bapak/Ibu mengenai logo halal baru Indonesia?
3. Menurut bapak/Ibu, seberapa penting logo halal Indonesia untuk diganti?
4. Menurut bapak/Ibu, apakah pantas logo halal Indonesia untuk diganti?
5. Bagaimana tanggapan bapak/Ibu mengenai lembaga yang mengeluarkan logo tersebut langsung dari BPJH (Badan Jaminan Produk Halal) Kemenang dan bukan lagi dari LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetiks Majelis Ulama Indonesia)?
6. Bagaimana tanggapan bapak/Ibu dengan isu visual logo halal Indonesia tersebut yang menggambarkan ?
7. Menurut bapak/Ibu, dengan adanya logo halal Indonesia yang baru dapat diterima ditengah-tengah masyarakat sebagai konsumen muslim?
8. Menurut bapak/Ibu, apakah logo halal Indonesia yang baru dapat meningkatkan pendapatan para penjual?
9. Menurut bapak/Ibu, apakah logo halal Indonesia yang baru dapat mempengaruhi pendapatan para penjual?
10. Menurut bapak/Ibu, apa yang menjadi kendala terhadap logo halal Indonesia yang baru sulit diterima?

Lampiran 2:

DOKUMENTASI



Keterangan: Wawancara dengan ibu Rahmawaty, M.S.I, di ruangan prodi perbankan syariah pada tanggal 13 Mei 2023



Keterangan: Wawancara dengan ibu Chadijah Haris, M.M, di ruangan wakil dekan FEBI pada tanggal 16 Mei 2023



Keterangan: Wawancara dengan Ibu Nurul Azizah Azzochrach, M.E, di ruangan dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023



Keterangan: Wawancara dengan bapak Dr. Ridwan Tabe, M.Si, di ruangan wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023



Keterangan: Wawancara dengan ibu Fitriya Ayu Lestari Niu, M.S.A.,Ak, di ruangan wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023



Keterangan: Wawancara dengan Ibu Telsy Fratama Dewi Samad, M.S.I, di ruangan prodi ekonomi syariah pada tanggal 15 Mei 2023



Keterangan: Wawancara dengan bapak Sofyan Octavian Tubagus, M.Si, di ruangan wakil dekan FEBI pada tanggal 15 Mei 2023



Keterangan: Wawancara dengan ibu Lilly Angraini, M.S.A, di ruang aula FEBI pada tanggal 16 Mei 2023

Lampiran 3:

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Jamaludin Hasan
Tempat, Tanggal Lahir : Manado, 27 Agustus 2001
Jenis Kelamin : Laki-laki
Umur : 21 tahun
Alamat : Jln. Camar Atas, Link. V, Kel. Malendeng, Kec.
Paal dua, Kota Manado, Sulawesi Utara
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Hobi : Menyanyi
E-Mail : Jamaludin.hasan@iain-manado.ac.id
No. *Handphone* : 0852-4222-8013
Nama Ibu : Alm. Sitriya A. Mootalu
Nama Ayah : Syafrudin Hasan
Riwayat Pendidikan :
2007-2013 : SD Negeri 55 Manado
2013-2016 : MTs. Nurut Taqwa Manado
2016-2019 : Man Model 1 Manado
2019-Sekarang : Institut Agama Islam (IAIN Manado)

