

**PERSEPSI WISATAWAN MUSLIM TERHADAP PRODUK PEDAGANG  
NON-MUSLIM DI PANTAI PAAL LIKUPANG**

**SKRIPSI**

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



Oleh :  
Zulfikar Lapepo  
NIM : 1941104

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

**1446 H/2024 M**



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Zulfikar Lapepo  
NIM : 1941104  
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, November 2024

\_\_\_\_\_, saya yang menyatakan,



Zulfikar Lapepo  
NIM. 1941104

## 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 : Zulfikar Lapepo

NIM : 1941104

Judul Skripsi : Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Produk  
Pedagang Non-Muslim di Pantai Paal Likupang

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

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Manado, Juli 2024

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Chadijah Haris, M.M., CFP., C.R.M.  
NIP. 198703112019032007

Mengetahui;  
Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah,



Fitria Ayu Lestari Niu, M.S.A., Ak., CFP., C.AP.  
NIP. 199403152019032018

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi yang berjudul, “Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Produk Pedagang Non-Muslim di Pantai Paal Likupang” yang disusun oleh Zulfikar Lapepo, NIM: 1941104, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Manado, telah diuji dan di pertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada 01 Oktober 2024 bertepatan 27 Rabi’ul Awwal 1446 Hijriah dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah, dengan beberapa perbaikan.

Manado,      Oktober 2024

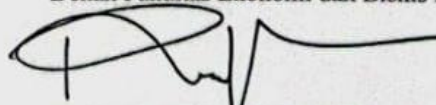
1445 H

**DEWAN PENGUJI :**

Ketua	: Telsy Fratama Dewi Samad, M.S.I.	(.....)
Sekretaris	: Chadijah Haris, M.M., CFP., C.RM.	(.....)
Munaqisy I	: Dr. Syarifuddin, M.Ag., CFP., C.AP., C.RM.	(.....)
Munaqisy II	: Rahmawati, M.S.I.	(.....)
Pembimbing I	: Telsy Fratama Dewi Samad, M.S.I.	(.....)
Pembimbing II	: Chadijah Haris, M.M., CFP., C.RM.	(.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si.

NIP. 19700906199803200

## MOTTO

فَسْتَذْكُرُونَ مَا أَقُولُ لَكُمْ ۖ وَأَفْوِضُ أَمْرِي إِلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ بَصِيرٌ بِالْعِبَادِ

“Maka kelak kamu akan ingat dengan apa yang kukatakan kepadamu, dan aku menyerahkan urusanku kepada Allah. Sungguh, Allah maha melihat akan hamba-hamba-Nya.”

- Surah Al-Ghafir Ayat 44

## ABSTRAK

Nama : Zulfikar Lapepo  
NIM : 1941104  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Produk Pedagang Non-Muslim di Pantai Paal Likupang

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi wisatawan muslim terhadap produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang serta faktor yang mempengaruhi wisatawan muslim membeli produk pedagang non-muslim di pantai paal likupang. Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan kurangnya kesadaran wisatawan muslim dalam memilih dan membeli produk makanan/minuman yang mereka konsumsi pada saat berkunjung ke destinasi wisata pantai. Dikarenakan persepsi mereka terkait selagi pedagang tersebut tidak menjual produk yang mengandung sesuatu yang haram atau mengandung babi untuk makanan, maka mereka merasa aman dalam mengonsumsi produk tersebut. Wisatawan khususnya wisatawan muslim tidak pernah ada yang menanyakan terkait kehalalan produk makanan/minuman yang dijual. Adapun beberapa faktor yang terikat yakni faktor *attitude* merasakan sikap atau *attitude* pelayanan yang baik dari pedagang non-muslim kepada wisatawan muslim yang membeli produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang. Faktor *motivies* beberapa wisatawan muslim yang termotivasi untuk berkunjung kembali ke Pantai Paal Likupang dan membeli kembali produk yang dijual pedagang non-muslim. Serta faktor *experiences* dikarenakan para wisawatawan muslim mempunyai keinginan untuk membeli produk pedagang non-muslim dipengaruhi oleh rekomendasi serta pengalaman wisatawan lain ketika membeli produk pedagang.

Kata kunci : *Persepsi, Wisatawan Muslim, Pedagang, Pantai Paal Likupang*

## ABSTRACT

Name of the Author : Zulfikar Lapepo  
Student Id Number : 1941104  
Faculty : Islamic Economics and Business  
Study Program : Sharia Economics  
Thesis Title : Muslim Tourists Perception of Non-Muslim Merchants'  
Products at Paal Likupang Beach

---

This study aims to determine the perception of Muslim tourists towards non-Muslim merchants' products and the factors that influence Muslim tourists to purchase these products at Paal Likupang Beach. The research methodology used is descriptive qualitative, with data collected through observation, interviews, and documentation. The data analysis techniques applied include data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings indicate that Muslim tourists lack awareness when selecting and purchasing food and beverage items at beach destinations. They perceive these products as safe to consume as long as they do not contain any haram substances or pork. The study also reveals that tourists, particularly Muslim tourists, do not inquire about the halal status of the products they purchase. As for some of the factors that are bound, namely the attitude factor feels a good service attitude from non-Muslim traders to Muslim tourists who buy products from non-Muslim traders at Paal Likupang Beach. The motivational factor is that some Muslim tourists are motivated to visit Paal Likupang Beach again and buy back products sold by non-Muslim traders. As well as the experiences factor because Muslim tourists have the desire to buy non-Muslim trader products influenced by recommendations and experiences of other tourists when buying trader products.

**Keywords:** *Perception, Muslim Tourist, Merchants, Paal Likupang Beach.*



## 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 Wisatawan Muslim Terhadap Produk Pedagang Non-Muslim di Pantai Paal Likupang*”. 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 Papa Ahmad Lapepo dan Mama Chuzaima Farida Anggaleda, adik Putri Citra Nurlaili Lapepo, Tante Nur Amalia Aggaleda dan Mutmainah Anggaleda serta Paman Muamin Anggaleda, Nenek Saimah Mahengke, Kakek Naser Anggaleda 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 Prof. Dr. Ahmad Rajafi, M.HI, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Manado, Bapak Dr. Edi Gunawan, M.HI, selaku Wakil Rektor I, Ibu Dr. Salma, M.HI, selaku Wakil Rektor II dan Bapak Dr. Mastang Ambo Baba, M.HI, selaku Wakil Rektor III.
2. Ibu Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak Almarhum Dr. Ridwan Tabe, M.Si selaku Wakil Dekan I, Ibu Dr.

Nurlaila Harun, M.Si selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Syarifuddin, M.Ag selaku Wakil Dekan III.

3. Ibu Fitria Ayu Lestari Niu, M.S.A., Ak, selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan Ibu Lilly Anggraini, M.S.A, selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Telsy Fratama Dewi Samad, M.S.I. selaku Pembimbing I yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi.
5. Ibu Chadijah Haris, M.M., CFP., C.RM. selaku Pembimbing II yang senantiasa memberikan masukan, motivasi, serta arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Syarifuddin, M.Ag, selaku Penguji I dan Ibu Rahmawati, M.S.I. selaku Penguji II yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi.
7. Terima kasih kepada Bapak Muh. Muzwir R. Luntajo., S.E., M.Si dan Bapak Nur Shadiq Sandimula, M.E yang terus memberikan support serta membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Serta Kabag, staff dan juga seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado yang selama ini dengan sabar dan baik dalam memberikan jasa, pelayanan dan ilmu bagi penulis selama masa perkuliahan.
9. Terima kasih banyak untuk para sahabat, Izmi Masloman, Fatimah, Fitri Maspeke, Lestari Lupoyo, Nurdila Rauf, Alief Al-Jakhsy, Olivia Makalalag, Rahmadayanti Kaluku, Mahatir Mantow, dan Muchlis Pilomonu, yang selalu memberikan semangat dan doa 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, November 2024

Zulfikar Lapepo  
NIM. 1941104

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah .....	5
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Kegunaan Penelitian .....	6
G. Definisi Operasional.....	7
H. Penelitian Terdahulu.....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>14</b>
A. Persepsi.....	14
B. Wisatawan Muslim.....	17
C. Pedagang .....	19
D. Label Halal .....	19
E. Perilaku Konsumen Muslim.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	31
B. Rancangan Penelitian .....	31

C.	Sumber Data .....	31
D.	Teknik Pengumpulan Data .....	33
E.	Analisis Data .....	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>38</b>
A.	Gambaran Umum Tentang Objek Penelitian .....	38
B.	Hasil Penelitian.....	39
C.	Pembahasan .....	51
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>63</b>
A.	Kesimpulan.....	63
B.	Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>1</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>7</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Pengunjung Pantai Paal Likupang Tahun 2023.....	2
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 4.1 Data Kunjungan Wisatawan Pantai Paal Likupang .....	39
Tabel 4.2 Data Informan Pedagang.....	40
Tabel 4.3 Data Informan Wisatawan Muslim .....	41

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Logo Halal LPOM MUI dan BPJPH ..... 21

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pariwisata saat ini menjadi salah satu sektor unggulan yang sedang marak dikembangkan oleh pemerintah pusat serta daerah. Pariwisata menjanjikan perkembangan perekonomian masyarakat sekitar. Ketika sektor pariwisata berkembang maka akan banyak potensi sumber daya manusia yang terserap di lapangan kerja sehingga perekonomian masyarakat akan turut meningkat. Peraturan Pemerintah Nomor 84 Tahun 2019 telah menetapkan Likupang sebagai Kawasan Ekonomi Khusus Pariwisata dengan tiga desa sebagai Destinasi Pariwisata Super Prioritas, salah satunya yaitu Desa Marinsow.<sup>1</sup>

Desa Marinsow merupakan salah satu desa pesisir yang terletak di Kecamatan Likupang Timur, Kabupaten Minahasa Utara, Provinsi Sulawesi Utara. Desa ini memiliki potensi alam wisata bahari yang cukup potensial untuk dikembangkan yaitu Pantai Paal. Pantai Paal merupakan salah satu tempat wisata terkenal di daerah Sulawesi Utara dengan potensi-potensi alam yang indah dan menarik bagi pengunjung. Pantai ini sudah dikelola sejak tahun 2014 dan sampai saat ini Pantai Paal masih menjadi tempat yang menarik dikunjungi sebagai tempat rekreasi untuk wisatawan.<sup>2</sup>

Pengelolaan objek wisata Pantai Paal dilakukan bersama antara BUMDes “Sumber Berkat” dengan masyarakat Desa Marinsow. BUMDes diberikan tanggung untuk mengelola pintu masuk ke lokasi wisata. Setiap kendaraan yang masuk ke lokasi wisata harus membayar biaya masuk, dana yang didapat dikelola oleh BUMDes. Sedangkan masyarakat mengelola secara mandiri fasilitas-fasilitas pendukung yang ada dalam lokasi wisata berupa restoran,

---

<sup>1</sup> Presiden Republik Indonesia, ‘Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Tentang Kawasan Ekonomi Khusus Likupang’, (2019).

<sup>2</sup> Marlin Mandey and others, ‘Persepsi Masyarakat Terhadap Layanan Wisata Pantai Paal Di Desa Marinsow Kecamatan Likupang Timur Kabupaten Minahasa Utara’, *Jurnal Ilmiah Agrobisnis Perikanan*, 10.2 (2022), h. 259

pondok, toilet, kamar mandi, dan lain-lain. Data kunjungan ke lokasi wisata Pantai Paal sesuai dengan data yang ada pada pengelola pintu masuk, yakni BUMDes “Sumber Berkat” Desa Marinsow, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Pengunjung Pantai Paal Likupang Tahun 2023

Keterangan Pengunjung Bulan Juni 2023	Jumlah (orang)
Rata-rata Pengunjung pada Hari Sabtu dan Minggu	3467
Rata-rata Pengunjung pada Hari Senin – Jum’at	5006
Rata-rata Wisatawan Muslim	2213

Sumber: BUMDes “Sumber Berkat”, 2023

Berdasarkan data di atas menunjukkan banyaknya kunjungan wisatawan ke kawasan Pantai Paal membuat meningkatnya kebutuhan berbagai sarana pelengkap suatu daerah tujuan wisata yaitu Pantai Paal, antara lain akses menuju lokasi wisata, sarana dan prasarana baik untuk duduk menikmati keindahan alamnya, perlengkapan untuk mandi di pantai seperti pakaian, alat pelampung, *snorkeling*, serta warung yang menyediakan makanan dan minuman.<sup>3</sup>

Wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata tentunya ingin menikmati perjalanan wisatanya, sehingga pelayanan makanan dan minuman harus mendukung hal tersebut bagi wisatawan yang tidak membawa bekal. Kondisi ini memungkinkan tersedianya makanan dan minuman halal bagi wisatawan.<sup>4</sup> Adanya warung di Pantai Paal, seharusnya sebagai Wisatawan Muslim harus memperhatikan tempat makan yang ada kawasan tersebut, karena umat Islam diajarkan untuk makan makanan yang bersih dan selamat. Islam sangat memperhatikan sekali sumber dan kebersihan makanan, cara memasak, cara menghidangkan, cara makan sampai pada cara membuang sisa makanan.<sup>5</sup>

<sup>3</sup> Renardi Ariowibowo, Tommy Lolowang, and Leonardus Rengkung, ‘Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Alam Pulisan Kabupaten Minahasa Utara’, *Agri-SosioEkonomi*, 13.1 (2017), h. 11

<sup>4</sup> Fadhil Surur, *Wisata Halal: Konsep Dan Aplikasi* (Makassar: Alauddin University Press, 2020), h. 51

<sup>5</sup> Siti Zulaekah and Yuli Kusumawati, ‘Halal Dan Haram Makanan Dalam Islam [Halal and Haram Food in Islam]’, *Suhuf*, 17.1 (2005), h. 25



Wisata halal terikat dengan aturan Islam dan kewajiban yang berkaitan dengan Islam, yang harus dipenuhi oleh wisatawan Muslim.<sup>6</sup> Karena sifatnya berkebutuhan khusus, berbeda dengan model wisata lainnya, destinasi wisata perlu mempertimbangkan kebutuhan tersebut dan kemampuan dalam memenuhinya. Keberhasilan daerah tujuan wisatawan muslim sekaligus akan memberi gambaran terhadap kepuasan wisatawan.<sup>7</sup>

Sertifikasi halal merupakan suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa, proses produksi dan Sistem Jaminan Halal (SJH) memenuhi standar LPPOM MUI.<sup>8</sup> Pasca Implementasi Undang-undang Jaminan Produk Halal Nomor 33 tahun 2014, Sertifikasi halal didefinisikan sebagai pengakuan kehalalan suatu produk yang di keluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa tertulis yang di keluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia.<sup>9</sup>

Walaupun sudah adanya kemudahan dalam mengurus sertifikasi halal, masih banyak pedagang makanan yang tidak menerapkannya. Termasuk banyaknya para pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang yang tidak memperhatikan akan pentingnya mengkonsumsi makanan halal bagi konsumen muslim yang diakibatkan oleh ketidaktahuan akan standar halal dalam islam. Sehingga, dengan hanya berpersepsi standar makanan halal menurut halal mereka pada akhirnya yang merasa paling dirugikan adalah konsumen muslim itu sendiri. Karena sertifikasi halal bukan menjadi opsi pendukung atau tambahan saja. Namun, menjadi suatu ketentuan yang harus dipatuhi sebagai pedagang makanan dengan semestinya. Bahkan karena maraknya pedagang makanan non-

---

<sup>6</sup> Fatemeh Shafaei and Badaruddin Mohamed, 'Involvement and Brand Equity: A Conceptual Model for Muslim Tourists', *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 9.1 (2015), h. 15

<sup>7</sup> Ilisa Fajriyati and others, 'Generic and Islamic Attributes for Non-Muslim Majority Destinations: Application of the Three-Factor Theory of Customer Satisfaction', *Heliyon*, 6.6 (2020), h. 20

<sup>8</sup> LPPOM MUI, *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM MUI* (Jakarta: Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan Dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia, 2008).

<sup>9</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, 'Sinergi BPJPH, LPH, Dan MUI Dalam Sertifikasi Halal', *Kementerian Agama Republik Indonesia (Kemenag RI)*, 2022. Diakses pada 23 September 2023

muslim di Pantai Paal Likupang, sehingga sudah dianggap lumrah oleh beberapa kalangan masyarakat. Selama tidak mengonsumsi makanan babi, anjing dan sejenisnya walaupun alat masak dapur yang digunakan sama ketika menghidangkan masakan yang mengandung bahan yang non-halal.<sup>10</sup>

Seharusnya ketika suatu produk makanan terbuat dengan campuran bahan yang non-halal sebaiknya diberikan informasi berupa identitas produk yang jelas bahwa produk tersebut mengandung babi, anjing, dan sejenisnya. Demikian pula dengan wisatawan muslim sebagai konsumen pun harus lebih selektif dan lebih kritis dalam memilih warung makan ataupun produk yang kita tidak mengetahui pasti siapa yang membuat, serta bagaimana produksi dan penyajiannya. Karena tidak mengandung bahan yang non-halal belum tentu makanan tersebut menjadi halal. Namun dilihat juga dari cara memperolehnya, jenis bahan yang digunakan, peralatan yang digunakan apakah benar-benar higienis bebas dari najis.

Berdasarkan observasi awal saat berkunjung di Pantai Paal Likupang, banyak wisatawan muslim yang berkunjung ke Pantai Paal Likupang, hal ini membuat beberapa warung ramai pembeli yang rata-rata pembelinya merupakan konsumen atau wisatawan muslim. Namun seluruh pedagang merupakan seorang non-muslim sehingga produk-produk yang dijual masih belum dapat dikatakan terjamin kehalalannya. Hal ini dikarenakan mereka beranggapan bahwa jika tidak menggunakan bahan yang haram, maka makanan tersebut menjadi halal. Padahal untuk memastikan produk tersebut halal atau tidak, harus dipastikan dari berbagai aspek untuk bisa dikatakan halal sesuai dengan standar yang telah ditentukan syariah. Selain itu banyak wisatawan muslim yang membeli produk pedagang non – muslim dikarenakan kurangnya opsi lain ketika wisatawan muslim lapar atau sekedar makan sesuatu ketika berkunjung ke Pantai Paal Likupang selain membeli produk-produk yang dijual para pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang.

---

<sup>10</sup> Ratna Ayu Dewi Lestary, 'Persepsi Pedagang Makanan Non-Halal Terhadap Konsumen Muslim Di Kota Manado' (Universitas Islam Indonesia, 2023).

Merujuk pada latar belakang dan observasi awal oleh peneliti yang diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Produk Pedagang Non-Muslim Di Pantai Paal Likupang Timur”**.

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang di atas, maka peneliti memperoleh beberapa identifikasi masalah yang terjadi, di antara sebagai berikut:

1. Kurangnya kesadaran wisatawan muslim terhadap mengkonsumsi produk halal dan haram dalam kawasan wisata non-muslim.
2. Kurangnya kesadaran para pedagang di Pantai Paal Likupang Timur tentang pentingnya sertifikasi halal pada usaha mereka.

### **C. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat fokus dan tidak terlalu melebar dari masalah yang difokuskan maka diperlukan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas mengenai persepsi wisatawan muslim terhadap produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang.
2. Objek dari penelitian ini hanya mengenai persepsi wisatawan muslim terhadap produk pedagang non-muslim di lokasi penelitian: Pantai Paal Likupang.
3. Subjek dari penelitian ini adalah para wisatawan muslim di Pantai Paal Likupang.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan serta untuk memperjelas fokus pembahasan yang akan dibahas dalam penelitian ini maka peneliti merumuskan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi wisatawan muslim terhadap produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang?
2. Faktor apa yang mempengaruhi wisatawan muslim untuk berbelanja produk pada pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang?

## **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti setelah melaksanakan penelitian, maka tujuan penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi wisatawan muslim terhadap warung non label halal di Pantai Paal Likupang.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi wisatawan muslim berbelanja di warung non label halal di Pantai Paal Likupang.

## **F. Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan yang baik bagi semua, secara teoritis maupun praktis. Kegunaan yang diperoleh dalam penelitian ini antara lain:

### **1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman terkait persepsi wisatawan muslim yang berwisata di pantai yang masih belum menerapkan kawasan wisata muslim terhadap makanan atau minuman halal dan seberapa pentingnya pencantuman identitas, seperti logo, tulisan, maupun gambar yang akan memberikan informasi bagi wisatawan atau konsumen yang akan membeli makanan dan minuman.

### **2. Kegunaan Praktis**

#### **a. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah pengetahuan penulis dalam persepsi wisatawan muslim terhadap warung makan non label halal di Pantai Paal Likupang Timur Manado serta tercapainya salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar strata satu (S-1) Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Manado.

#### **b. Bagi Institut Agama Islam Negeri Manado**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai sumber pengetahuan dan pengembangan ilmu untuk Institut Agama Islam Negeri

Manado khususnya prodi Ekonomi Syariah. Karena mahasiswa diajarkan untuk bisa mengembangkan dan mengimplementasikan hal-hal yang telah didapatkan di bangku perkuliahan. Selain itu mahasiswa diharapkan juga dapat melihat bagaimana permasalahan terkait makanan halal untuk wisatawan muslim yang terjadi di lapangan.

**c. Bagi Wisatawan Muslim**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan informasi terkait aturan halal dan haram dalam mengkonsumsi makanan dalam Islam pada kesadaran wisatawan muslim dalam berbelanja di kawasan destinasi pantai yang belum mengimplementasikan wisata muslim serta diharapkan wisatawan muslim lebih memperhatikan label halal pada makanan atau minuman yang akan dikonsumsi.

**d. Bagi Masyarakat**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi pembaca terkait makanan halal yang ada di Indonesia terutama pada kota-kota yang memiliki masyarakat yang mayoritas non muslim. Penelitian ini juga bisa menjadi gambaran untuk bisa dikembangkan lagi di penelitian berikutnya dengan kebaruan yang ditemukan nantinya.

**G. Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah ungkapan yang digunakan pada suatu penelitian dalam memudahkan penulis dalam memahami makna yang digunakan pada konsep penelitian, berikut adalah definisi operasional pada penelitian ini:

**1. Persepsi**

Persepsi dapat diartikan sebagai sebuah tanggapan dari seseorang yang didapatkan melalui panca indera kemudian diimplementasikan sebagai sebuah sinyal yang akan memberikan pengaruh pada perilaku dan juga

tindakan seseorang sesuai dengan budaya dan lingkungan sosial yang berlaku di sekitarnya.<sup>11</sup>

Adapun indikator yang mempengaruhi proses persepsi yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi motif, nilai, minat, sikap, pengalaman masa lalu, dan harapan, sedangkan faktor eksternal meliputi gerak, intensitas, ukuran, kebaruan, dan arti-penting.<sup>12</sup>

## **2. Wisatawan Muslim**

Wisatawan muslim merupakan pelaku (konsumen) yang beragama Islam yang melakukan kegiatan di luar aktivitas sehari-hari untuk melakukan kunjungan wisata ataupun suatu perjalanan yang direncanakan untuk mendapatkan kepuasan bagi diri sendiri.<sup>13</sup>

## **3. Pedagang**

Pedagang yaitu siapa saja yang melakukan tindakan perdagangan dan dalam melakukan tindakan ini menganggapnya sebagai pekerjaannya sehari-hari, pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.<sup>14</sup>

## **4. Label Halal**

Label halal atau logo halal merupakan fatwa tertulis MUI yang menegaskan kehalalan suatu produk menurut syariat Islam. Untuk melindungi konsumen Muslim dari produk non-halal, diterbitkan label halal untuk makanan, obat-obatan, dan kosmetik.<sup>15</sup> Label halal merupakan hak konsumen muslim yang harus dilindungi negara. Tumbuhnya produk halal juga memberikan rasa lega bagi konsumen muslim maupun non-muslim.<sup>16</sup>

---

<sup>11</sup> Alizamar and Nasbahry Couto, *Psikologi Persepsi & Desain Informasi: Sebuah Kajian Psikologi Persepsi Dan Prinsip Kognitif Untuk Kependidikan Dan Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), h. 15

<sup>12</sup> George N. Kenyon and Kabir C. Sen, *The Perception of Quality Mapping Product and Service Quality* (London: Springer, 2015).

<sup>13</sup> Fadhil Surur, *Wisata Halal: Konsep Dan Aplikasi* (Makassar: Alauddin University Press, 2020).

<sup>14</sup> Frida Hasim, *Hukum Dagang* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h. 15

<sup>15</sup> Syafrida, 'Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Memberi Perlindungan Dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim', *ADIL: Jurnal Hukum*, 7.2 (2022), h. 160-74

<sup>16</sup> Telsy Fratama Dewi Samad and others, 'Halal Cuisine in Muslim-Minority Urban Preference: Case Study in Manado', *Akademika : Jurnal Pemikiran Islam*, 27.2 (2022), h. 250

## 5. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai sebuah tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa dengan tujuan menggunakan nilai manfaat yang terkandung di dalamnya untuk aktivitas sehari-hari. Dengan tetap berorientasi pada konsep pemenuhan yang lebih memprioritaskan kebutuhan daripada keinginan.<sup>17</sup>

## H. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Marlin Mandey, Grace O. Tambani, Jeannette F. Pangemanan, Lexy K. Rarung, Steelma V. Rantung. <sup>18</sup>	Persepsi Masyarakat Terhadap Layanan Wisata Pantai Paal Di Desa Marinsow Kecamatan Likupang Timur Kabupaten Minahasa Utara	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Partisipasi masyarakat Desa Marinsow dalam kegiatan ekowisata Pantai Paal berupa berusaha menjaga dan melestarikan wisata yang ada di Pantai Paal dengan cara menjaga kebersihan dan kelestarian alam serta ikut memperkenalkan kepada para wisatawan lokal maupun wisatawan asing. 2) Persepsi masyarakat Desa Marinsow yang dinilai berdasarkan 3 kriteria yaitu: persepsi peningkatan layanan wisata. Persamaan dalam

<sup>17</sup> M. Hanifuddin Hakim and Andre Ridho Saputro, 'Motivasi, Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Rantai Pasok Halal', *Journal of Manufacturing in Industrial Engineering and Technology (MIND-TECH)*, 1.1 (2022).

<sup>18</sup> Marlin Mandey and others, 'Persepsi Masyarakat Terhadap Layanan Wisata Pantai Paal Di Desa Marinsow Kecamatan Likupang Timur Kabupaten Minahasa Utara', *Jurnal Ilmiah Agrobisnis Perikanan*, 10.2 (2022).

			penelitian ini yaitu pada metode penelitian kualitatif dan lokasi penelitiannya di Pantai Paal Likupang Timur. Untuk perbedaannya terletak pada teorinya yaitu peningkatan layanan wisata.
2.	Mahyar Jais Anwar. <sup>19</sup>	Persepsi Wisatawan Terhadap Implementasi Wisata Syariah Di Kota Sabang	Hasil penelitian memperlihatkan bahwa implementasi yang dilakukan oleh pemerintah melalui beberapa cara yaitu bekerja sama dengan beberapa instansi seperti Dinas Pariwisata dan Dinas Satpol PP dalam mengawasi pelaksanaan dan berjalannya wisata syariah. Kemudian melakukan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat dan pelaku usaha di Kota Sabang terkait wisata syariah dan kewajiban menyediakan makanan halal. Persamaan dalam penelitian ini yakni dalam teori yang menggunakan wisata syariah dan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian yaitu Pantai Paal Likupang.

<sup>19</sup> Mahyar Jais Anwar, 'Persepsi Wisatawan Terhadap Implementasi Wisata Syariah Di Kota Sabang' (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022).



3.	Dian Ghani Reza Dasangga, Ririn Tri Ratnasari. <sup>20</sup>	Pengaruh Destinasi Halal Terhadap Daya Tarik Destinasi: Penilaian Niar Berkunjung Wisatawan.	Hasil penelitian ini menjelaskan pentingnya atribut destinasi halal dan peran daya tarik destinasi halal dan nilai emosional dalam meningkatkan niat berkunjung kembali wisatawan muslim ke destinasi halal. Persamaan dalam penelitian ini yakni dalam teori yang menggunakan perilaku konsumen muslim dan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian yaitu Pantai Paal Likupang.
4.	Annio Indah Lestari Nasution, Reni Ria Armayani Hasibuan, Wahyu Syarvina. <sup>21</sup>	Analisis Pariwisata Halal Terhadap Keputusan Wisatawan (Studi Kasus Wisata di Aceh).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berwisata ke Kota Banda Aceh, dan destination image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berwisata ke Kota Banda Aceh. Persamaan dalam penelitian ini yakni dalam teori yang menggunakan pariwisata halal serta keputusan

<sup>20</sup> Dian Ghani Reza Dasangga and Ririn Tri Rartnasari, 'Pengaruh Destinasi Halal Terhadap Daya Tarik Destinasi: Penilaian Niat Berkunjung Wisatawan', *Jurnal Kepariwisata Destinasi, Hospitalis Dan Perjalanan*, 6.2 (2022).

<sup>21</sup> Annio Indah Lestari Nasution, Reni Ria Armayani Hasibuan, and Wahyu Syarvina, 'Analisis Pariwisata Halal Terhadap Keputusan Wisatawan ( Studi Kasus Wisata Di Aceh )', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.1 (2023).

			berkunjung wisatawan. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian yaitu Pantai Paal Likupang dan metode penelitian yaitu kuantitatif.
5.	Telsy Fratama Dewi Samad, Anggoro Sugeng, Talha Ayub, & Taufani. <sup>22</sup>	Masakan Halal Di Minoritas Muslim Perferensi Perkotaan (Studi Kasus di Manado	Hasilnya terungkap adanya pedagang Muslim yang menjual masakan halal mereka di Manado sebagai agama minoritas Muslim dan mereka yakin akan potensi pengembangan masakan halal di Manado. Temuan lain menunjukkan bahwa tanda halal (logo) telah digunakan oleh pedagang Muslim untuk meyakinkan pelanggan bahwa masakan yang mereka promosikan adalah halal. Selanjutnya, mereka mengungkapkan bahwa pembeli berasal dari pelanggan Muslim dan pelanggan non-Muslim yang tertarik untuk membeli produk mereka. Dapat disimpulkan bahwa meskipun Manado dikenal sebagai daerah minoritas Muslim, pedagang Muslim memiliki posisi yang baik di Manado sebagai

<sup>22</sup> Telsy Fratama Dewi Samad and others, 'Halal Cuisine in Muslim-Minority Urban Preference: Case Study in Manado', *Akademika : Jurnal Pemikiran Islam*, 27.2 (2022).

			<p>pedagang yang mempromosikan masakan halal mereka. Oleh karena itu, peneliti Muslim harus mempelajari pasar halal, khususnya masakan halal untuk mengembangkan strategi masakan halal di seluruh dunia, tidak hanya di negara-negara Muslim tetapi juga di negara-negara minoritas Muslim. Persamaan dalam penelitian ini yakni dalam teori yang menggunakan makanan halal serta metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian yaitu Pantai Paal Likupang dan fokus penelitiannya di wisatawan Muslim.</p>
--	--	--	---

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Persepsi**

##### **1. Pengertian Persepsi**

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indra atau juga disebut proses sensoris.<sup>23</sup> Suatu proses rangsangan dari panca indra yang timbul kemudian dipercayai atau dipahami yang akan menghasilkan suatu tindakan yang sesuai dengan budaya dan lingkungan yang ada disekitarnya. Dalam artian, indra akan menstimulasi dan mencerna apa yang didapatkan kemudian disesuaikan dengan budaya yang diajarkan di lingkungannya.<sup>24</sup>

Dari teori diatas dikatakan bahwa persepsi merupakan proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penciuman, perasaan dan penghayatan.

##### **2. Indikator Persepsi**

Menurut Bimo Walgito terdapat indikator dalam persepsi yaitu:<sup>25</sup>

###### **a. Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu**

Objek tersebut diterima atau diserap oleh panca indera, baik pendengaran, penciuman, penglihatan, 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 atau jamak. Tergantung objek persepsi yang di lihat atau diamati. Di dalam otak terkumpul gambaran-gambaran atau kesan-kesan, lama maupun yang baru saja didapatkan.

---

<sup>23</sup> Adnan Achiruddin Saleh, *Pengantar Psikologi* (Makassar: Aksara Timur, 2018). h. 79

<sup>24</sup> Lestary. h. 13

<sup>25</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*. (Yogyakarta: ANDI, 2010), h. 90

b. 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 persepsi.

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. Adapun tiga indikator persepsi yang dikemukakan Adler & Rodman, yaitu sebagai berikut:

1) Seleksi (*selection*)

Seleksi merupakan tindakan memperhatikan rangsangan tertentu dalam lingkungan. Para konsumen secara tidak sadar banyak memilih beberapa aspek lingkungan yang mereka rasakan (stimuli). Stimuli yang terpilih tergantung pada dua faktor utama selain sifat stimulus itu sendiri, yakni:

- a) Pengalaman konsumen sebelumnya, karena hal tersebut mempengaruhi harapan-harapan mereka (apa yang mereka siapkan atau tetapkan untuk di lihat).
- b) Motif mereka pada waktu itu (kebutuhan, keinginan, dan minat).

2) Organisasi (*organization*)

Setelah menyeleksi informasi dari lingkungan, selanjutnya kita mengorganisasikannya dengan merangkainya sehingga menjadi bermakna. Setelah terjadi gambaran-gambaran atau kesan-kesan di dalam otak, maka gambaran tersebut diorganisir, digolong-golongkan (diklasifikasi), dibandingkan, diinterpretasi, sehingga terbentuk pengertian atau pemahaman.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Ronald B. Adler and George Rodman, *Understanding Human Communication*, Terjemahan (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), h. 76

### 3) Interpretasi (*interpretation*)

Interpretasi merupakan proses subjektif dari menjelaskan persepsi kedalam cara yang kita mengerti. Setelah terbentuk pengertian atau pemahaman, terjadilah penilaian dari individu.

Menurut Schiffman dan Kanuk, terdapat tiga dimensi dalam persepsi yakni :

- a. Kognitif berupa pengetahuan tentang objek yang akan dipersepsi
- b. Afektif yaitu gambaran perasaan individu suka atau tidak suka terhadap objek
- c. Konatif yang berupa kecenderungan bertindak dengan cara tertentu terhadap objek.<sup>27</sup>

### 3. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Persepsi dapat dikatakan sebagai suatu proses kognitif yang dialami seseorang dalam memahami dan menafsirkan informasi tentang lingkungan sekitar melalui panca indera mereka. Persepsi seseorang terhadap sesuatu objek tidak berdiri sendiri akan tetapi dipengaruhi oleh beberapa faktor baik dari dalam maupun dari luar dirinya. Adapun persepsi menurut Robbins, mengatakan bahwa persepsi dapat dipengaruhi oleh karakter seseorang. Karakter tersebut dipengaruhi oleh:

- a. *Attitude* yakni dua individu yang sama, tetapi mengartikan sesuatu yang dilihat itu berbeda satu dengan lainnya.
- b. *Motivies*, artinya kebutuhan yang tidak terpuaskan yang mendorong individu dan mungkin memiliki pengaruh yang kuat terhadap persepsi mereka.
- c. *Interest* yaitu fokus dari perhatian kita sepertinya dipengaruhi oleh minat kita, karena minat seseorang berbeda satu dengan lainnya.
- d. *Experiences* merupakan fokus dari karakter individu yang berhubungan dengan pengalaman masa lalu seperti minat atau *interest* individu.

---

<sup>27</sup> Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT. Indeks Group Media, 2008).

e. *Expectations* yakni ekspektasi bisa mengubah persepsi individu dimana individu tersebut bisa melihat apa yang mereka harapkan dari apa yang terjadi sekarang.<sup>28</sup>

Sejalan dengan yang dikemukakan Shiffman dan Kanuk bahwa persepsi akan sesuatu berasal dari interaksi antara dua jenis faktor:

- a. Faktor stimulus, yakni karakteristik secara fisik seperti ukuran, berat, warna atau bentuk.
- b. Faktor individu yaitu suatu proses yang di dalamnya bukan hanya pada panca indra, namun juga pada proses pengalaman yang serupa dan dorongan utama serta harapan dari individu itu sendiri.<sup>29</sup>

## **B. Wisatawan Muslim**

### **1. Pengertian Wisatawan**

Wisatawan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tentang Kepariwisataaan. Bab I berisi tentang ketentuan umum pasal 1 ayat 2 dirumuskan sebagai berikut :

Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Sedangkan wisatawan merupakan orang yang melakukan kegiatan wisata.<sup>30</sup>

Komisi Ekonomi Liga Bangsa-Bangsa (*Economic Comission of The League of Nation*) memutuskan bahwa mereka yang dianggap sebagai wisatawan yaitu : Pendit 2006

- a. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang, alasan ke keluargaan, kesehatan, dan sebagaimana.
- b. Mereka mengadakan perjalanan untuk keperluan pertemuan-pertemuan, atau sebagai wakil (utusan) untuk sesuatu keperluan tertentu, seperti ilmu

<sup>28</sup> Stephen P. Robbins, *Manajemen Dan Organisasi* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 124

<sup>29</sup> Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk, and Joseph Wisenblit, *Consumer Behavior*, 10th editi (Upper Saddle River: NJ: Pearson Education, Inc, 2010), h. 93

<sup>30</sup> Pemerintah Pusat, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tentang Kepariwisataaan Dan Kebudayaan, Peraturan BPK (Jakarta: Peraturan BPK, 2009).

pengetahuan, administrasi, diplomatik, keagamaan, olahraga dan sebagainya.

- c. Pengunjung yang mengadakan perjalanan untuk keperluan usaha-usaha bisnisnya.
- d. Pengunjung yang tiba dalam pesiar lautnya dengan kapal pasiar walaupun mereka tinggal kurang dari 24 jam lamanya.<sup>31</sup>

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa wisatawan merupakan pelaku (konsumen) yang melakukan kegiatan di luar aktivitas sehari-hari untuk melakukan kunjungan wisata ataupun suatu perjalanan yang direncanakan untuk mendapatkan kepuasan bagi diri sendiri.<sup>32</sup>

## 2. Konsep Wisatawan Muslim

Wisatawan Muslim merupakan pelaku (konsumen) yang beragama Islam yang melakukan kegiatan di luar aktivitas sehari-hari untuk melakukan kunjungan wisata ataupun suatu perjalanan yang direncanakan untuk mendapatkan kepuasan bagi diri sendiri.<sup>33</sup> Jika wisatawan tersebut orang Muslim dan berada di tempat wisata yang dikuasai oleh orang Muslim maka wisatawan tersebut dapat dinamakan dengan *al-sa'ih al-dakhili* (wisatawan lokal), sedangkan jika wisatawan non Muslim dan berada di tempat wisata yang dikuasai oleh orang Muslim maka dapat dinamai dengan sebutan *al-musta'min*.<sup>34</sup>

---

<sup>31</sup> Nyoman S. Pedit, *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana* (Jakarta: Pradnya Paramita, 2006), h. 121

<sup>32</sup> Lalu Adi Permadi and others, 'Persepsi Dan Preferensi Wisatawan Muslim Terhadap Sarana Dan Prasarana Wisata Halal Di Lombok (Studi Kasus Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika)', *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 4.2 (2019), h. 60

<sup>33</sup> Sri Wahyulina and others, 'Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Sarana Penunjang Wisata Halal Dikawasan Desa Sembalun Lawang Lombok Timur', *Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram*, 7.1 (2018), h. 34

<sup>34</sup> Bakhrul Huda, 'Konsep Wisata Halal Dan Hak-Hak Wisatawan Dalam Perspektif Fikih: The Concept of Halal Tourism and The Tourist Rights in an Islamic Jurisprudence Perspective', *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 12.1 (2022), h. 71. Diakses: 1 Agustus 2023



### C. Pedagang

#### 1. Pengertian Pedagang

Pedagang merupakan seseorang yang melakukan kegiatan perdagangan, dalam hal ini memperjualbelikan barang yang diproduksi sendiri maupun yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.<sup>35</sup> Menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI Nomor 23 Pasal 1 Ayat 2 menyatakan bahwa pedagang merupakan perorangan atau badan usaha yang melakukan kegiatan perniagaan/perdagangan secara terus-menerus dengan tujuan memperoleh laba atau keuntungan.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pedagang merupakan seseorang yang berjualan atau pekerjaannya berdagang, baik ia berjualan bahan-bahan kebutuhan pokok sehari-hari maupun kebutuhan tambahan.<sup>36</sup>

### D. Label Halal

#### 1. Pengertian Label

Aspek utama dalam mengembangkan produk baru yang sukses melibatkan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk dan membedakannya dari penawaran pesaing. Label dapat berisi hanya nama merek atau sejumlah besar informasi terkait suatu produk. Label merupakan tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dalam kemasan.<sup>37</sup>

Menurut Boone dan Kurtz mengatakan bahwa dalam sebuah label dapat membawa nama merek atau simbol, nama dan alamat dari perusahaan yang memproduksi, informasi tentang komposisi dan ukuran produk, dan cara penggunaan yang direkomendasikan. Pelabelan yang dilakukan secara benar dapat menjadi aspek utama dalam menarik perhatian konsumen dalam

---

<sup>35</sup> Eko Sujatmiko, *Kamus IPS* (Surakarta: Aksara Sinergi Media, 2014), h. 231

<sup>36</sup> Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia, *Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan Nomor 23 Tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan* (Jakarta: JDIH Kemendag, 1998). Diakses: 9 Oktober 2023

<sup>37</sup> Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 14th edn (New Jersey: Pearson, 2012), h. 61

membeli suatu produk.<sup>38</sup> Menurut Kotler dan Keller mengatakan bahwa label mempunyai beberapa fungsi sebagai berikut:<sup>39</sup>

- a. Pengenal, yaitu label sebagai identitas pengenal produk.
- b. Pemingkat, artinya label dapat menunjukkan kelas produk.
- c. Penjelas, artinya label berfungsi untuk menjelaskan tentang produsen, lokasi, waktu produksi, komposisi dan cara penggunaan produk.
- d. Promosi, artinya melalui grafis atau gambaran yang menarik.

## 2. Pengertian Halal

Menurut Qardhawi mengatakan bahwa halal sebagai segala perkara yang dibolehkan, tidak mengandung transaksi yang terlarang secara syariat, dan telah dilegitimasi oleh syariat untuk memberlangsungkan perkara tersebut.<sup>40</sup> Produk halal merupakan produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Produk yang beredar di masyarakat belum semua terjamin kehalalannya.<sup>41</sup>

Oleh sebab itu, Undang-Undang Jaminan Produk Halal (JPH) mewajibkan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.

### a. Halal secara zat

Halal menurut zatnya adalah produk yang dari dasarnya halal untuk dikonsumsi, dan telah ditetapkan dalam Al-Qur'an dan Hadits.

### b. Halal secara memperolehnya

Artinya produk halal dapat menjadi haram apabila cara memperolehnya dengan cara yang tidak halal karena bisa merugikan orang lain dan hal itu sudah ditetapkan dalam Al-Qur'an dan Hadits.

---

<sup>38</sup> Louis E. Boone and David L. Kurtz, *Contemporary Marketing*, 14th edn (United States of America: John Wiley & Sons, Inc., 2010), h. 397

<sup>39</sup> Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 14th edn (New Jersey: Pearson, 2012), h. 70

<sup>40</sup> Ahmad Ath-Thawil, *Syubhat Membuat Galau: Rezeki Berkah Awal Kebahagiaan* (Solo: Tinta Medina, 2016), h. 43

<sup>41</sup> Telsy Fratama Dewi Samad, 'Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Preferensi Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Dan KFC Di Yogyakarta', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.1 (2019), h. 3

### c. Halal cara pengolahannya

Produk yang semula halal dan akan menjadi haram apabila cara pengolahannya tidak sesuai dengan syariat agama. Banyak sekali produk yang asalnya halal, tetapi karena pengolahannya yang tidak benar menyebabkan makanan itu menjadi haram.<sup>42</sup>

Adapun jenis-jenis makanan yang diharamkan yaitu segala macam makanan yang tidak mengandung unsur menjijikkan dan kotor, semua jenis makanan yang tidak mendatangkan mudharat bagi kesehatan jasmani, moral dan akal. Semua jenis makanan yang tidak diharamkan di dalam Al-Qur'an dan Hadits.<sup>43</sup>

### 3. Pengertian Label Halal

Label halal merupakan suatu keterangan yang dicantumkan pada kemasan produk dengan tujuan memberikan keterangan bahwa produk tersebut sudah menjadi produk yang halal.<sup>44</sup> Tujuan dari label halal sendiri yakni melindungi konsumen untuk mempercayai suatu produk yang sudah dipasarkan, terutama dalam hal ini adalah masyarakat atau konsumen yang beragama Islam. karena kehalalan produk tetap menjadi parameter utama bagi masyarakat dalam memilih dan membeli produk tertentu.<sup>45</sup>

Gambar 1.1 Logo Halal LPOM MUI dan BPJPH



Sumber: LPOM MUI

<sup>42</sup> DPR RI, 'Undang-Undang Jaminan Produk Halal (JPH)' (Jakarta: DPR RI, 2014).

<sup>43</sup> Kasmawati, 'Makanan Halal Dan Tayyib Perspektif Al-Qur'an', *Repositori UIN Alauddin Makassar* (UIN Alauddin Makassar, 2014), h. 47

<sup>44</sup> Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), h. 255

<sup>45</sup> Intan Dwi Pratiwi and Lailatul Qadariyah, 'Analisis Proses Labelisasi Halal Pada Bisnis Produk Batik Mentaka Di Desa Gapurana Kabupaten Sumenep', *Jurnal Kaffa*, 1.3 (2022), h. 5

Label halal diperoleh setelah mendapatkan sertifikat halal. Sertifikat halal merupakan suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pecantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Adapun yang dimaksud dengan produk halal yakni produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam.

Indonesia berpedoman pada standardisasi kehalalan makanan dan minuman menurut Fatwa Halal MUI Nomor 4 Tahun 2003 tentang Standardisasi Fatwa Halal dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Tidak boleh mengonsumsi dan menggunakan nama dan/atau simbol makanan/minuman yang mengarah kepada kekufuran dan kecurangan.
- b. Tidak boleh mengonsumsi dan menggunakan nama dan/atau simbol-simbol makanan/minuman yang mengarah kepada nama-nama benda/binatang yang diharamkan terutama babi dan khamar, kecuali yang telah mentradisi (*'urf*) dan dipastikan tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan seperti nama bakso, bakmi, bakwan, bakpia dan bakpao.
- c. Tidak boleh mengonsumsi dan menggunakan bahan campuran bagi komponen makanan/minuman yang menimbulkan rasa/aroma (*flavour*) benda-benda atau binatang yang diharamkan, seperti mi instan rasa babi.
- d. Tidak boleh mengonsumsi makanan/minuman yang menggunakan nama-nama makanan/minuman yang diharamkan.<sup>46</sup>

Peraturan halal ini dapat menjadi upaya pemasaran yang efektif bagi para pembisnis yang mempunyai target pasar pada segmen ini. Jadi, labelisasi halal pada setiap produk yang beredar sudah menjadi sebuah keharusan. Tidak hanya label halal yang menjadi keharusan produk, sertifikat halal juga menjadi faktor penting dalam setiap produk halal.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Fatwa Majelis Ulama Indonesia, 'Standardisasi Fatwa Halal', 2003. Diakses: 1 Agustus 2023

<sup>47</sup> Afifah Nur Millatina and others, 'The Impact of Halal Label in Halal Food Buying Decisions', *Journal of Islamic Economic Laws*, 5.1 (2022), h. 163

## E. Perilaku Konsumen Muslim

### 1. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan tingkah laku yang konsumen tunjukkan dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Teori perilaku konsumen yang berkembang saat ini adalah bagaimana seorang konsumen dapat memaksimalkan *utility* (kepuasan) dengan sejumlah pendapatan yang terbatas. Padahal tingkat utilitas manusia tidaklah terbatas. Akibatnya, mereka membelanjakan hartanya untuk hal-hal yang tidak bermanfaat (diluar kebutuhan) dan tidak sesuai dengan batasan-batasan yang ditetapkan syariat.<sup>48</sup> Bahkan mereka berlomba-lomba dalam hal kemewahan dan kemegahan sekedar untuk menyombongkan diri dan menjaga *prestige*.<sup>49</sup>

### 2. Modifikasi 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, yakni:

- a. Konsumen muslim harus menahan diri dari konsumsi yang berlebihan, yang berarti konsumen muslim tidak harus menghabiskan seluruh pendapatan bersihnya untuk konsumsi barang.
- b. Sektor komoditas dari konsumen muslim yaitu berbeda dari konsumen non-muslim, meskipun semua elemen dari barang tersedia. Karena Islam melarang seorang muslim mengkonsumsi beberapa komoditas seperti alkohol, daging babi dan sejenis makanan maupun minuman yang haram.<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> M. Hanifuddin Hakim and Andre Ridho Saputro, 'Motivasi, Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Rantai Pasok Halal', *Journal of Manufacturing in Industrial Engineering and Technology (MIND-TECH)*, 1.1 (2022), h. 54

<sup>49</sup> Annisa Masruri Zaimsyah and Sri Herianingrum, 'Tinjauan Maqashid Syariah Terhadap Konsumsi', *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 5.1 (2019), h. 28

<sup>50</sup> Abdul Aziz Nugraha Pratama and Fetria Eka Yudiana, *Perilaku Hijrah Konsumen Muslim* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2022), h. 21

### 3. Konsep Perilaku Konsumen Muslim

Dalam Islam pun mengajarkan untuk mengkonsumsi suatu barang atau jasa dengan harus memperhatikan etika, mengkonsumsi segala hal yang memberikan kebermanfaatan dan juga kebaikan kemudian menghindari segala hal yang diharamkan.

Perilaku konsumsi seorang muslim harus didasarkan pada ketentuan Allah dan Rasul-Nya agar tercipta kehidupan manusia yang lebih sejahtera.<sup>51</sup> Dalam hal ini seorang muslim mengkonsumsi didasarkan pada beberapa pertimbangan sebagai berikut:

- a. Manusia tidak kuat sepenuhnya mengatur detail permasalahan ekonomi masyarakat atau negara. Keberlangsungan hidup manusia diatur oleh Allah. Seorang muslim akan yakin bahwa Allah Swt, akan memenuhi segala kebutuhan hidupnya sebagaimana firman Allah dalam Surah Al-Baqarah ayat 168:<sup>52</sup>

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

Terjemahnya :

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”

- b. Dalam konsep Islam kebutuhan yang membentuk pola konsumsi seorang muslim. Dimana batas fisik merefleksikan pola yang digunakan seorang muslim untuk melakukan aktivitas konsumsi, bukan disebabkan pengaruh referensi semata yang mempengaruhi pola konsumsi seorang muslim.<sup>53</sup>
- c. Perilaku mengkonsumsi seorang muslim diatur perannya sebagai makhluk sosial. Maka, dalam berperilaku dikondisikan untuk saling menghargai

<sup>51</sup> Eddy Rohayedi and Maulina, ‘Konsumerisme Dalam Perspektif Islam’, *Transformatif*, 4.1 (2020), h. 45

<sup>52</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur’an Dan Terjemahnya (Jakarta: Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur’an, 2011), Surat Al-Baqarah (2): 168.

<sup>53</sup> Dina Kurnia Salwa, ‘Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Implementasinya’, *Labatila : Ilmu Ekonomi Islam*, 3.2 (2019), h. 182

dan menghormati orang lain, yang perannya sama sebagai makhluk yang mempunyai kepentingan guna memenuhi kebutuhan.

Islam memiliki norma dasar yang dapat dijadikan pedoman dalam melakukan konsumsi seorang muslim. Norma-norma tersebut dibagi menjadi beberapa hal yaitu sebagai berikut :

- 1) Membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat yang kikir
- 2) Tidak melakukan tindakan yang mubazir
- 3) Tidak hidup dengan mewah dan boros
- 4) Hidup dalam kesederhanaan
- 5) Mementingkan kepentingan sosial daripada kepentingan pribadi.<sup>54</sup>

Teori diatas menjelaskan bahwa perilaku konsumen muslim adalah suatu tindakan seorang muslim dalam penggunaan suatu barang atau jasa yang sesuai dengan porsinya.

#### 4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Terdapat empat faktor-faktor yang mempengaruhi dalam melakukan pembelian yang dilakukan oleh konsumen yaitu sebagai berikut:<sup>55</sup>

##### a. Faktor Budaya

##### 1) Budaya

Kumpulan nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang di pelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga dan institusi lainnya. Budaya populer dapat dikatakan sebagai karakteristik budaya yang hampir banyak peminatnya bahkan melintasi batas budaya tradisional yang telah mengakar lama dalam suatu masyarakat. Dampak dari budaya ini sangat luar biasa, baik pada perubahan perilaku suatu masyarakat maupun pada tingkat konsumsi akibat munculnya budaya ini. Sebagai contohnya dari budaya ini merepresentasikan dalam

---

<sup>54</sup> Charisma Jalil Indranata, 'Perilaku Konsumen Islam Modern Perspektif Konsumsi Dalam Islam', *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu KeIslaman*, 22.01 (2022), h. 68

<sup>55</sup> Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* (Prentice Hall: PT. Indeks, 2008), h.330

kegiatan mengkonsumsi *fastfood* dimana saat ini merupakan bentuk dari adanya budaya populer yang menuntut kepraktisan.

## 2) Sub Budaya

Pembagian budaya dalam beberapa kelompok budaya berdasarkan faktor horizontal, yaitu berdasarkan kebangsaan, agama, kelompok, ras dan daerah geografis.

## 3) Kelas Sosial

Pembagian kelompok masyarakat berdasarkan faktor horizontal, yang relatif permanen dan berjenjang dimana anggotanya berbagi nilai, minat dan perilaku yang sama setiap kelompok yang terbentuk dalam kelas sosial ini akan memiliki strata yang berbeda. Contohnya kekayaan relatif yakni banyaknya aset ekonomi, kekuasaan yakni tingkat pilihan atau pengaruh pribadi terhadap orang lain dan martabat yaitu tingkat pengakuan yang diperoleh dari orang lain. Dari tiga contoh tersebut merupakan faktor yang sering digunakan ketika menilai kelas sosial. Jika dilihat dari perilaku konsumen dan riset pasar, status paling sering ditemukan dari sudut variabel demografis atau lebih cocok seperti berikut ini yakni penghasilan keluarga, status pekerjaan, dan pencapaian pendidikan.

## b. Faktor Sosial

### 1) Kelompok

Artinya dua atau lebih orang yang berinteraksi atas dasar kesamaan aktivitas untuk mencapai tujuan pribadi atau tujuan bersama. Beberapa merupakan kelompok primer yang mempunyai interaksi regular tetapi informal seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja. Beberapa merupakan kelompok sekunder interaksi lebih formal dan kurang regular seperti kelompok keagamaan, asosiasi, professional, dan serikat pekerja.



## 2) Keluarga

Kelompok pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga mempresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh. Kita dapat bedakan dalam dua keluarga dalam kehidupan konsumen dalam hal ini wisatawan muslim, yang pertama yakni: keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tua seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Yang kedua keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang dalam keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.<sup>56</sup>

## 3) Peran dan status

Posisi seseorang dalam masing-masing kelompok atau dalam lingkungannya. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Orang seringkali memilih produk yang menunjukkan statusnya dalam masyarakat. Setiap peran mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

### c. Faktor Pribadi

#### 1) Usia dan tahapan dalam siklus hidup

Manusia mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama masa hidupnya. Selera akan makan seringkali berhubungan dengan usia. Proses pembelian juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga, tahap yang dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya.

#### 2) Situasi ekonomi

Situasi ekonomi akan mempengaruhi pilihan produk. Mereka yang secara ekonominya baik akan banyak pilihan, sedangkan yang ekonominya kurang baik akan terbatas pilihannya.

---

<sup>56</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Penerbit Prenadamedia Group, 2003), h. 11

### 3) Pekerjaan

Aktivitas dalam pekerjaan, lingkungan pekerjaan, mobilitas dan karakteristik akan mempengaruhi mereka dalam membeli produk. Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang atau jasa yang akan dibelinya.

### 4) Gaya hidup

Pola seseorang dalam hidup yang tercermin dalam aktivitas, minat dan pendapatnya dalam sesuatu.

### 5) Kepribadian

Sekumpulan karakteristik psikologi unik yang secara konsisten mempengaruhi cara seseorang merespon situasi di sekelilingnya. Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda-beda, dan secara umum pembentukan kepribadian tersebut dipengaruhi oleh berbagai latar belakang yang berbeda-beda. Perbedaan kepribadian yang diterapkan pada perilaku konsumen yang selalu mencari kepuasan pada dirinya dengan keinginan memiliki produk-produk yang ditawarkan.

## d. Faktor Psikologi

Faktor psikologi sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh masa lampau atau antisipasinya terhadap waktu yang akan datang.

### 1) Motivasi

Dorongan yang ada dalam diri seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Kebutuhan yang cukup untuk mengarahkan seseorang mencari cara untuk memuaskan kebutuhannya. Dalam urutan kepentingan, jenjang kebutuhannya yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan pengaktualisasian diri. Bermula seseorang mencoba untuk memuaskan kebutuhan yang paling penting jika sudah terpuaskan maka kebutuhan tersebut tidak lagi jadi motivator dan kemudian orang tersebut akan mencoba memuaskan kebutuhan paling penting lainnya.

## 2) Persepsi

Dimana orang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti. Persepsi merupakan seseorang yang termotivasi siap untuk bertindak, bagaimana orang tersebut bertindak dipengaruhi oleh persepinya mengenai situasi. Orang dapat membentuk persepsi berbeda dari rangsangan yang sama karena tiga macam proses penerimaan indera, yaitu perhatian selektif, distorsi selektif, ingatan selektif dan pengetahuan.

## 3) Pembelajaran

Perubahan perilaku seseorang oleh karena pengalaman. Hal ini terjadi melalui interaksi dorongan, rangsangan, respon dan penguatan. Melalui tindakan dan pembelajaran, orang akan mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya ini, pada waktunya dapat mempengaruhi tingkat laku membeli.<sup>57</sup>

## 4) Keyakinan dan sikap

Suatu pola yang di organisasi melalui pengetahuan dan kemudian di pegang oleh individu sebagai kebenaran dalam hidupnya. Keyakinan didasarkan pada pengetahuan yang sebenarnya, pendapat atau kepercayaan dan mungkin menaikkan emosi atau mungkin tidak. Pemasaran tertarik pada keyakinan bahwa orang yang merumuskan mengenai produk dan jasa spesifik, karena keyakinan ini menyusun citra produk dan merek yang mempengaruhi tingkat laku membeli. Bila ada sebagian keyakinan yang salah dan menghalangi pembelian, pemasar pasti ingin meluncurkan usaha untuk mengoreksinya.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Jefri Putri Nugraha and others, *Teori Perilaku Konsumen*, ed. by Ahmad Jibril, *Nasya Expanding Management*, Cetakan ke (Pekalongan: Nasya Expanding Management (NEM-IKAPI), 2021). h. 8

<sup>58</sup> Zubaidah Hanum and Sahral Hidayat, 'Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan', *Jurnal Bisnis Administrasi*, 6.1 (2017), h. 38

Disimpulkan bahwa dalam melancarkan pengambilan keputusan pembelian terhadap produk atau jasa yang dilakukan oleh konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor tersebut, walaupun nantinya pengaruh terhadap konsumen akan tidak sama dan beragam.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Waktu dan Tempat Penelitian**

Waktu penelitian ini dilaksanakan dalam jangka waktu 1-2 bulan yang terhitung mulai dari April – Mei 2024. Dalam penelitian ini digunakan waktu seoptimal mungkin untuk menggali informasi dan mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Lokasi penelitian ini dilakukan di Pantai Paal Likupang Timur.

#### **B. Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif sehingga peneliti mengumpulkan dan menganalisis data dari objek penelitian. Dalam hal ini yang menjadi objek penelitian adalah Pantai Paal Likupang Timur. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi.

Menurut Straus dan Corbin menyatakan bahwa keunggulan dari penelitian kualitatif yaitu dapat digunakan untuk mengungkap dan memahami latar belakang fenomena yang sedikitpun belum diketahui serta memberikan rincian yang kompleks tentang fenomena yang sulit diungkapkan oleh penelitian kuantitatif.<sup>59</sup>

#### **C. Sumber Data**

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif yaitu kata-kata dan tindakan, selebihnya berupa data tambahan seperti dokumen dan lain-lain, dalam hal ini subyek dari mana data dapat diperoleh.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder, antara lain sebagai berikut:

---

<sup>59</sup> Garaika Darmanah, *Metodologi Penelitian* (Lampung: CV. Hira Tech, 2019). h. 65

### 1. Data Primer

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya.<sup>60</sup> Data yang penulis ambil dari informasi lapangan melalui observasi dan wawancara lokasi penelitian, data primer yang dimaksud dalam penelitian ini adalah: wisatawan muslim yang membeli makanan di warung non label halal dan wisatawan muslim yang tidak membeli makanan di warung non label halal di Pantai Paal Likupang.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data.<sup>61</sup> Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah segala data yang tidak berasal dari sumber data primer yang dapat memberikan dan melengkapi serta mendukung informasi terkait dengan objek penelitian baik yang berbentuk buku, karya tulis, dan tulisan maupun artikel yang berhubungan dengan objek penelitian.

### 3. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang mengunjungi Pantai Paal Likupang. Berdasarkan pertimbangan luasnya wilayah, kesulitan medan secara geografis, dan banyaknya jumlah wisatawan yang berkunjung. Maka teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* yang bersifat *snowball sampling*, dan fokus pada Pantai Paal Likupang dengan pertimbangan konsentrasi kegiatan kepariwisataan yang lebih besar.

Komponen wisatawan yang akan dipilih sebagai informan kunci hanya wisatawan muslim yang membeli dan tidak membeli di warung Pantai Paal Likupang dengan jumlah informan sebanyak 6 orang wisatawan muslim serta informan pendukung yaitu pedagang warung di Pantai Paal Likupang.

---

<sup>60</sup> Jonatan Sarwonoo, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2006). h. 16

<sup>61</sup> Sarwonoo. h. 225

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi, wawancara (*interview*), dan dokumentasi.

##### 1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.<sup>62</sup> Dalam penelitian ini menggunakan observasi berperan serta (*participant observation*), dimana peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari informan yang sedang diamati atau digunakan sebagai sumber data penelitian. Observasi ini dilakukan dengan mengamati dan mencatat langsung terhadap objek penelitian, yaitu dengan meminta pandangan mengamati kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan muslim di Pantai Paal Likupang.

##### 2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan wawancara semi terstruktur yaitu wawancara yang bebas dimana informan yang diajak wawancara lebih terbuka saat diminta pendapat dan ide-idenya, di mana peneliti menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Wawancara dilakukan kepada wisatawan muslim di Pantai Paal Likupang timur.

##### 3. Dokumentasi

Analisis dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data yang bersumber di Pantai Paal Likupang Timur, dari arsip dan dokumentasi yang

---

<sup>62</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013). h. 145

di Pantai Paal yang ada hubungannya dengan penelitian tersebut. Menurut Sugiyono berpendapat bahwa dokumentasi merupakan cara untuk memperoleh data tambahan atau data pendukung melalui dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.<sup>63</sup> Nasution berpendapat bahwa dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan cara mengalir atau mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti.<sup>64</sup>

## E. Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.<sup>65</sup>

### 1. Data *Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya.<sup>66</sup> Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

### 2. Data *Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa

---

<sup>63</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013), h. 240

<sup>64</sup> Nasution, *Metodologi Research Penelitian Ilmiah* (Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 2003), h. 143

<sup>65</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013), h. 140

<sup>66</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013), h. 247



dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya.<sup>67</sup>

### 3. Conclusion Drawing/Verification

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman yang dikutip oleh Sugiyono yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi.<sup>68</sup> 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 yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

### 4. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan sebuah proses yang penting didalam suatu penelitian. Dalam hal ini dikarenakan seluruh data yang telah didapatkan, harus dipertanggung jawabkan selaras dengan kondisi yang ada. Oleh sebab itu tujuannya yakni untuk membuktikan atau memvalidasi data-data yang diamati oleh peneliti, apakah selaras dan sesuai dengan kondisi serta keadaan yang sebenarnya terjadi.

Hasil pengumpulan data penelitian merupakan upaya memperoleh data terkait dengan persepsi wisatawan muslim terhadap produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik sebagaimana yang dijelaskan oleh moleong yaitu sebagai berikut:

#### a. Memperpanjang Kehadiran Peneliti

Memperpanjang kehadiran yang peneliti lakukan di lokasi penelitian dengan cara tinggal lebih lama pada lokasi penelitian agar mendapatkan data yang akurat dan relevan terkait persepsi wisatawan muslim terhadap

---

<sup>67</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013), h. 249

<sup>68</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013), h. 252

produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang. Sehingga dengan menggunakan cara ini akan membatasi gangguan dari kesalahan atau kekeliruan peneliti. Dan mengkompensasikan pengaruh dari kejadian-kejadian yang tidak biasa atau pengaruh sesat yang mungkin akan terjadi.<sup>69</sup>

b. Ketekunan Pengamatan Peneliti

Ketekunan pengamatan ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung seberapa kedalaman data yang didapatkan, mengamati dengan teliti dan rinci terhadap faktor-faktor yang menonjol, mencari apa saja yang dapat diperhitungkan dan yang tidak dapat diperhitungkan terkait persepsi wisatawan muslim terhadap produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang.

c. Referensi Yang Cukup

Referensi yang cukup dilakukan dengan cara peneliti mencari sumber yang relevan dalam mendukung teori yang menjadi bahan dalam memperoleh hasil penelitian dilokasi penelitian, memberikan tambahan terhadap teori yang masih dianggap belum mencukupi, dan mengutip atau mengambil teori-teori sebagai penambah analisis bagi peneliti tentang persepsi wisatawan muslim terhadap pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang.

d. Triangulasi

Dalam hal ini teknik pemeriksaan dan pengecekan keabsahan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu, kenyataan keadaan yang sesungguhnya. Teknik ini berarti penelitian menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.<sup>70</sup> Triangulasi dalam penelitian yang dilakukan

---

<sup>69</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), h. 248

<sup>70</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013), h. 83

oleh peneliti adalah untuk mengecek keabsahan data tertentu dengan membandingkan data yang didapatkan dari sumber lainnya.

Uji keabsahan data dengan triangulasi peneliti melakukan dengan cara mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan, mengecek dengan berbagai sumber data, dan memanfaatkan berbagai macam metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan terutama dalam persepsi wisatawan muslim terhadap produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Tentang Objek Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Pantai Paal Likupang**

Pantai Paal terletak di Desa Marinsow, Kecamatan Likupang Timur, Kabupaten Minahasa Utara, Provinsi Sulawesi Utara. Pantai Paal berjarak sekitar 55 km dari Kota Manado. Daya tarik utama dari lokasi wisata ini adalah pantai berpasir putih yang membentang sepanjang 960 meter. Pantai Paal dibuka setiap hari untuk umum mulai pukul 08.00 hingga 16.00 WITA. Pada pukul 16.00, pengunjung sudah tidak diperbolehkan lagi masuk ke lokasi, namun pengunjung yang sudah terlanjur berada di lokasi wisata masih bisa beraktivitas hingga matahari terbenam. Alasan utama aktivitas hanya diperbolehkan hingga matahari terbenam adalah karena belum adanya fasilitas listrik yang memadai di lokasi.

Saat ini, pengelolaan Obyek Wisata Pantai Paal dilakukan secara bersama-sama antara BUMDes "Sumber Berkat" dan masyarakat Desa Marinsow di bawah pengelolaan Pemerintah Desa Marinsow. BUMDes diberi tanggung jawab untuk mengelola jalan masuk ke lokasi wisata. Setiap kendaraan yang masuk ke lokasi wisata harus membayar tiket masuk, dan dana yang diperoleh dikelola oleh BUMDes. Sementara itu, masyarakat secara swadaya mengelola fasilitas pendukung di lokasi wisata berupa rumah makan, pondok, toilet, kamar mandi, dan lain-lain.

Pengelolaan Pantai Paal yang telah diserahkan kepada masyarakat memiliki sisi positif dan negatif. Sisi positifnya, keberadaan pantai ini berdampak langsung pada perekonomian masyarakat setempat. Namun, tanpa pengelolaan yang terpadu, fasilitas pendukungnya terkesan asal-asalan dan kotor. *Cottage-cottage* dibangun tanpa perencanaan yang matang sehingga mengaburkan pemandangan pantai. Demikian pula keadaan *cottage* yang ada

sangat bervariasi karena ditentukan oleh kecerdikan dan kecakapan pemiliknya.

Oleh karena itu, akan sangat ideal jika pondok-pondok ini ditata dengan baik. Jika pondok-pondok yang ada saat ini ditata dengan baik, mereka akan mempromosikan pemandangan pantai yang indah, membuatnya lebih menarik bagi para tamu. pengunjung. Menurut data BUMDES "Sumber Berkat", terdapat 104 rumah makan dan kios yang berjualan pada saat penelitian ini dilakukan, serta 124 pondok yang dapat disewa oleh pengunjung.

## 2. Data Kunjungan Wisatawan Pantai Paal Likupang

Data kunjungan ke kawasan wisata Pantai Paal sesuai dengan data yang ada pada pengelola pintu masuk, yakni BUMDES “Sumber Berkat” Desa Marinsow, dapat dilihat pada Tabel 4.1 yang merupakan data tahun 2023. Terlihat bahwa jumlah kunjungan pada hari libur jauh lebih banyak dibandingkan dengan pada hari biasa, jumlah pengunjung mencapai angka 3467 orang.

Tabel 4.1 Data Kunjungan Wisatawan Pantai Paal Likupang

Keterangan Pengunjung Bulan Juni 2023	Jumlah (orang)
Rata-rata Pengunjung pada Hari Sabtu dan Minggu	3467
Rata-rata Pengunjung pada Hari Senin – Jum’at	5006
Rata-rata Wisatawan Muslim	2213

*Sumber: BUMDes “Sumber Berkat”, 2023*

## B. Hasil Penelitian

### 1. Hasil Observasi

Observasi awal saat berkunjung di Pantai Paal Likupang, banyak wisatawan muslim yang berkunjung ke Pantai Paal Likupang, hal ini membuat beberapa warung ramai pembeli yang rata-rata pembelinya merupakan konsumen atau wisatawan muslim. Namun seluruh pedagang merupakan seorang non-muslim sehingga produk-produk yang dijual masih

belum dapat dikatakan terjamin kehalalannya. Hal ini dikarenakan mereka beranggapan bahwa jika tidak menggunakan bahan yang haram, maka makanan tersebut menjadi halal. Padahal untuk memastikan produk tersebut halal atau tidak, harus dipastikan dari berbagai aspek untuk bisa dikatakan halal sesuai dengan standar yang telah ditentukan syariah.

## 2. Hasil Wawancara

Penelitian ini akan menjelaskan hasil penemuan yang diperoleh dari peneliti dengan cara melakukan wawancara terhadap beberapa wisatawan muslim dan pedagang non – muslim di kawasan wisata pantai paal likupang secara langsung. Dengan menggunakan metode wawancara semi – terstruktur. Peneliti menggunakan alat perekam *smartphone*, dan juga dilengkapi dengan dokumentasi bersama dengan informan guna melengkapi dan mendukung keaslian telah melaksanakan penelitian ini. Sebelum memulai penelitian, peneliti memperlihatkan surat izin penelitian terlebih dahulu agar setiap informan bersedia memberikan jawaban atau informasi atas pertanyaan yang telah di susun oleh peneliti.

Penelitian ini dilakukan selama 2 bulan di mulai dari bulan april sampai bulan mei 2024, dari mulai melakukan observasi lapangan hingga proses wawancara dengan menggunakan *smartphone* untuk mendokumentasikan kegiatan di lokasi penelitian, serta menggunakan alat pendukung seperti buku catatan, pedoman wawancara dan juga laptop untuk mengolah hasil dari proses wawancara dari rekaman ke bentuk narasi. Jumlah informan terdiri dari 2 pedagang non – muslim dan 6 wisatawan muslim dengan klasifikasi sebagai berikut :

Tabel 4.2 Data Informan Pedagang

No	Nama	Usia	Pekerjaan	Keterangan
1.	Noviaus Tatara	50 Tahun	Pedagang	Pemilik Warung
2.	Martha Sikendo	41 Tahun	Pedagang	Pemilik Warung

Tabel 4.3 Data Informan Wisatawan Muslim

No	Nama	Usia	Pekerjaan	Keterangan
1.	Nurdila	26 Tahun	Mahasiswa	Wisatawan Muslim
2.	Putra Djamalo	27 Tahun	Guru	Wisatawan Muslim
3.	Widya Mangaliri	25 Tahun	Mahasiswa	Wisatawan Muslim
4.	Ibu Dewi	40 Tahun	Ibu Rumah Tangga	Wisatawan Muslim
5.	Bapak Tio	51 Tahun	Pengusaha	Wisatawan Muslim
6.	Intan Umar	23 Tahun	Perawat	Wisatawan Muslim

Untuk mengetahui bagaimana persepsi wisatawan muslim terhadap produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang, disusun pertanyaan yang nantinya akan digunakan dalam melakukan wawancara secara acak dengan ketentuan informan yang sudah dijelaskan diatas. Adapun hasil wawancara sebagai berikut :

a. Hasil wawancara dengan pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang

Bagian ini peneliti melakukan wawancara terkait pemahaman serta ingin melihat kondisi ketika wisatawan muslim melakukan pembelian produk di warung-warung para pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang. Hal ini juga merupakan bagian dari penggalian informasi terkait pemahaman label halal di daerah yang masyarakatnya merupakan mayoritas non-muslim. Para pedagang sudah memulai usahanya untuk membuka warung-warung makan dan minuman Pantai Paal Likupang masih belum banyak yang berkunjung hingga saat ini, hal ini dikatakan oleh salah satu pedagang non-muslim yaitu Ibu Novianus Tatara:<sup>71</sup>

“Sudah sejak dari 2014 sampai sekarang 2024 kami masih berjualan di kawasan wisata pantai paal”

<sup>71</sup> Novianus Tatara, ‘Pedagang Non-Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 20 April 2024).

Adapun yang dikatakan salah satu pedagang non-muslim yaitu Ibu Martha Sikendo terkait memulai membuka usaha warungnya di Pantai Paal Likupang yakni:<sup>72</sup>

“Sudah lama, sejak pantai masih sepi pengunjung, waktu itu yang berkunjung di pantai sini hanya masyarakat sekitaran likupang, sampai saat ini wisatawan sudah mulai banyak mengetahui pantai Paal likupang dan berkunjung, barulah banyak pedagang-pedagang lain yang membuka warung disini.”

Selain itu didapatkan bahwa banyak wisatawan muslim yang membeli produk pedagang non-muslim, hal ini dikarenakan mereka sebagai pedagang memberikan informasi terkait produk-produk yang mereka jual sehingga wisatawan muslim sebagai konsumen muslim bisa aman dan percaya ketika mengkonsumsi atau membeli produk pedagang non-muslim, seperti yang dikatakan salah satu pedagang non-muslim yang bernama Ibu Noviaus Tatara, yakni:<sup>73</sup>

“Iya banyak wisatawan yang berkunjung dan membeli produk di warung sini, tapi tergantung juga, biasanya wisatawan paling banyak datang di hari raya dan tanggal merah dan di hari minggu, kalau untuk hari biasa atau hari kerja kadang ada wisatawan, hanya ada 3 sampai 10 kendaraan biasanya.”

“Biasanya wisatawan paling sering membeli pisang goreng, mie instan, pop mie, kopi, teh, adapun juga nasi sama ikan laut, kita juga jualan nasi campur, tapi kami pastikan tidak ada unsur babi dan sejenisnya, karena kan kadang ada juga wisatawan muslim yang lapar dan suka makan nasi di kawasan pantai paal likupang juga di larang menjual makanan atau minuman yang non-halal, agar wisatawan muslim juga merasa aman ketika membeli, nantinya akan berkunjung kembali.”

---

<sup>72</sup> Martha Sikendo, ‘Pedagang Non-Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 20 April 2024).

<sup>73</sup> Noviaus Tatara, ‘Pedagang Non-Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 20 April 2024).



Selanjutnya dalam wawancara bersama Ibu Noviaus Tatara dan Ibu Martha Sikendo mengatakan bahwa mereka mengetahui terkait label halal suatu produk yang dijual tetapi hanya sebatas mereka mengetahui produk-produk yang mempunyai label halal adalah produk-produk kemasan, seperti yang dikatakan oleh Ibu Noviaus Tatara dan Ibu Martha Sikendo, yakni:

“Iya tau label halal tentunya produk-produk yang terhindar atau tidak unsur haram.”<sup>74</sup>

“Kalau label halal saya tahu, sering lihat di kemasan-kemasan produk instan.”<sup>75</sup>

Berdasarkan wawancara pedagang non-muslim didapatkan hasil bahwa untuk pedagang non-muslim yang berjumlah 2 orang informan mengatakan bahwa tidak pernah ada wisatawan muslim yang menanyakan terkait kehalalan produk yang dijual. Karena mereka beranggapan bahwa wisatawan muslim sudah melihat sendiri menu-menu yang tertera. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Novianus Tatara dan Ibu Martha Sikendo yakni:

“Tidak, biasanya wisatawan muslim langsung pesan saja tanpa menanyakan produk yang kami jual halal atau tidak, tapi pemerintah disini memang menjamin kehalalan tiap produk yang dijual seluruh warung di kawasan Pantai Paal Likupang, karena sudah termasuk kawasan wisata super prioritas, di lihat juga banyaknya wisatawan muslim yang berkunjung.”<sup>76</sup>

“Kadang wisatawan menanyakan halal, karena biasanya wisatawan langsung pesan makanan yang ada di menu. Walaupun disini tidak ada label atau tanda kalau makanan disini dijual halal atau tidak, tapi kami pedagang menjamin makanan disini tidak memakai bahan ataupun proses pembuatannya yang ada unsur non-halalnya. Pemerintah

---

<sup>74</sup> Noviaus Tatara, ‘Pedagang Non-Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 20 April 2024).

<sup>75</sup> Martha Sikendo, ‘Pedagang Non-Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 20 April 2024).

<sup>76</sup> Noviaus Tatara, ‘Pedagang Non-Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 20 April 2024).

Likupang sendiri juga sudah memberitahu ke setiap pedagang disini untuk tidak menjual produk-produk non-halal, karena mengingat banyak juga wisatawan muslim yang berkunjung disini. Jadi wisatawan muslim maupun non-muslim bisa aman berbelanja di warung kami.”<sup>77</sup>

Dilihat dari hasil wawancara dengan pedagang non-muslim, dapat dikatakan bahwa masih adanya kurang edukasi dan kesadaran wisatawan muslim terkait makanan atau minuman yang mereka konsumsi. Padahal telah jelas sebagai seorang muslim diwajibkan mengkonsumsi makanan atau minuman yang halal dan baik.

b. Hasil wawancara dengan wisatawan muslim di Pantai Paal Likupang

Poin utama dalam penelitian ini yaitu terletak pada wisatawan muslim yang berkunjung ke Pantai Paal Likupang, maka untuk mendapatkan hasil wawancara yang diinginkan maka peneliti meminta informasi dari 6 orang wisatawan muslim yang berkunjung ke Pantai Paal Likupang.

1) Persepsi wisatawan muslim terhadap produk yang dijual pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang

Kehalalan produk saat ini menjadi poin utama yang harus diperhatikan, hal tersebut sejalan dengan banyaknya wisatawan muslim yang berkunjung ke Pantai Paal Likupang. Para wisatawan muslim selaku konsumen juga harus memperhatikan terkait kehalalan dari suatu produk yang dijual.

Persepsi dapat dikatakan sebagai cara seseorang memandang dan menilai lingkungan dan apa yang ada di sekitarnya. Persepsi merupakan proses dimana seseorang memilih, menginterpretasikan serta mengorganisasikan informasi dan pengalaman yang mereka dapatkan dari sekelilingnya. Pengalaman tersebut dapat digunakan untuk mempertimbangkan keputusan. Cara seseorang mempersepsikan sesuatu yang mereka temui, berdampak pada keputusan mereka memilih

---

<sup>77</sup> Martha Sikendo, ‘Pedagang Non-Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 20 April 2024).

sebuah produk. Seperti halnya persepsi wisatawan muslim terhadap produk yang dijual pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang Timur.

Persepsi wisatawan muslim mengenai pedagang-pedagang yang menjual produk di Pantai Paal Likupang Timur, beberapa wisatawan tidak mengetahui bahwa pedagang di Pantai Paal Likupang Timur merupakan seorang non-muslim. Seperti yang diungkapkan Putra Djamalo yaitu:<sup>78</sup>

“Saya tidak tau, saya juga tidak melihat pedagang yang memakai hijab.”

Selain pendapat tersebut, ada wisatawan muslim yang juga mengatakan tidak mengetahui bahwa pedagang di Pantai Paal Likupang Timur merupakan seorang non-muslim. Seperti yang dikatakan Bapak Tio yakni:<sup>79</sup>

“Tidak tau juga, soalnya rata-rata pedagang disini memang penduduk asli dari likupang”

Adapun wisatawan muslim yang mengetahui bahwa pedagang di Pantai Paal Likupang merupakan seorang non-muslim dikarenakan melihat logo salib di dalam warung pedagang, hal ini dikatakan oleh salah satu wisatawan muslim bernama Nurdila, yakni:<sup>80</sup>

“Iya tau, soalnya kadang di tempat jualan mereka ada logo salib, ada juga beberapa pemilik warung yang memelihara anjing di sekitar pantai paal.”

Wisatawan muslim mempersepsikan produk makanan atau minuman yang dijual pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang Timur dapat dikatakan halal karena dalam produk-produk tersebut tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang Al-Qur'an. Hal tersebut

---

<sup>78</sup> Putra Djamalo, 'Wisatawan Muslim', *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 18 Mei 2024).

<sup>79</sup> Bapak Tio, 'Wisatawan Muslim', *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 25 Mei 2024).

<sup>80</sup> Nurdila, 'Wisatawan Muslim', *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 11 Mei 2024).

diungkapkan oleh 6 wisatawan muslim yakni Nurdila, Putra Djamalo, Ibu Dewi, Bapak Tio, Widya Mangaliri, Intan Umar:

“Menurut saya aman-aman saja selagi mereka tidak menjual produk yang non halal, wisatawan muslim bisa mengonsumsi produk jualan mereka. Biasanya kan kita hanya membeli pisang goreng, pop mie atau aqua.”<sup>81</sup>

“Menurut saya, kalau untuk makanannya sendiri enak, saya juga lihat di menu mereka tidak ada menu yang non halal. Apalagi makanan yang identik disini yaitu pisang goroho, disetiap warung makan disini pasti ada yang jual pisang goroho”<sup>82</sup>

“Kalau dilihat, rata-rata pedagang disini jual makanan atau minuman kemasan, seperti popmie, aqua. Jadi masih aman untuk kita wisatawan muslim.”<sup>83</sup>

“Insya Allah aman-aman untuk kita konsumsi, yang dijual juga makanan yang tidak mengandung hal-hal yang haram”<sup>84</sup>

“Menurut saya tidak mengapa, selama tidak merugikan beberapa pihak (jujur memberikan informasi jika produk yang mereka jual tidak bisa dikonsumsi oleh orang muslim).”<sup>85</sup>

“Kalau untuk produk-produknya, yang saya lihat para pedagang banyak yang menjual makanan ringan, ada juga beberapa yang menjual makanan berat seperti ikan bakar.”<sup>86</sup>

Sehingga wisatawan muslim yang memiliki kesadaran terkait kriteria kehalalan produk pada makanan atau minuman nyatanya tidak diimplementasikan dikehidupan sehari-hari sehingga dapat dikatakan bahwa wisatawan muslim selaku konsumen muslim masih kurang

---

<sup>81</sup> Nurdila, ‘Wisatawan Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 11 Mei 2024).

<sup>82</sup> Putra Djamalo, ‘Wisatawan Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 18 Mei 2024).

<sup>83</sup> Ibu Dewi, ‘Wisatawan Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 25 Mei 2024).

<sup>84</sup> Bapak Tio, ‘Wisatawan Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 25 Mei 2024).

<sup>85</sup> Widya Mangaliri, ‘Wisatawan Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 18 Mei 2024).

<sup>86</sup> Intan Umar, ‘Wisatawan Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 18 Mei 2024).

peduli dengan ada atau tidaknya sertifikat halal atas produk-produk makanan atau minuman yang dikonsumsi. Hal tersebut sejalan dengan yang dikatakan salah satu wisatawan muslim Nurdila yaitu:<sup>87</sup>

“Tidak terlalu memperhatikan, hanya saja yang penting makanan itu masih makanan ringan, jadi aman saja untuk dimakan”

Adapun yang dikatakan Ibu Dewi, Bapak Tio, Intan Umar dalam wawancara di Pantai Paal Likupang yakni:

“Tidak terlalu perhatikan, karena kalau dipantai kan tentunya para pedagang hanya menjual makanan kemasan.”<sup>88</sup>

“Tidak perhatikan, karena biasa kalau kesini yang dibeli cuman popmie, kadang beli makanan berat.”<sup>89</sup>

“Tidak terlalu perhatikan, karena kalau dipantai kan tentunya para pedagang hanya menjual makanan kemasan.”<sup>90</sup>

Namun, ada wisatawan muslim yang masih peduli dengan sertifikat halal pada produk yang dikonsumsi dikarenakan sebagai seorang muslim, halal dan *thoyyib* (baik) merupakan hal yang penting untuk dijadikan pegangan dalam mengkonsumsi suatu produk makanan. Seperti yang diungkapkan salah satu wisatawan muslim Putra Djamalo yakni:<sup>91</sup>

“Iya pastinya sebagai umat muslim tentunya kita harus memperhatikan kehalalan suatu produk, karena kalau misalnya kita lapar pasti belinya popmie. Sangat penting dicantumkan penanda bahwa warung ini hanya menjual makanan halal, biarpun hanya logo halal yang tidak resmi. Agar wisatawan muslim merasa aman membeli produk di warung-warung kawasan pantai Paal likupang.

---

<sup>87</sup> Nurdila, ‘Wisatawan Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 11 Mei 2024).

<sup>88</sup> Ibu Dewi, ‘Wisatawan Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 25 Mei 2024).

<sup>89</sup> Bapak Tio, ‘Wisatawan Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 25 Mei 2024).

<sup>90</sup> Intan Umar, ‘Wisatawan Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 18 Mei 2024).

<sup>91</sup> Putra Djamalo, ‘Wisatawan Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 18 Mei 2024).

Mulai dari area berbelanjanya yang bersih, cara penyajiannya yang bagus sudah sebagian menunjukkan bahwa makanan yang dijual halal dan higienis.”

Memperhatikan makanan yang dikonsumsi berarti mewaspadai makanan yang berkemungkinan memiliki unsur-unsur haram, merupakan tanggung jawab bagi masing-masing seorang muslim. Konsumen dalam hal ini wisatawan muslim harus menjauhi makanan maupun minuman haram, sehingga kewaspadaan sebagai wisatawan muslim selaku konsumen harus dilakukan dalam memilih makanan yang akan dikonsumsi karena hal tersebut berhubungan dengan pertanggung jawaban kepada Allah SWT. Waspada merupakan salah satu bentuk implementasi nyata terhadap perintah Allah, yang artinya waspada dengan kata lain selektif dan memperhatikan apa-apa saja yang menjadikan alasan hingga suatu makanan atau minuman dikatakan benar-benar halal.

Sama halnya dengan persepsi wisatawan muslim bernama Widya Mangaliri mengungkapkan bahwa:<sup>92</sup>

“Menurut saya, saya merasa nyaman ketika membeli makanan yang bersih dengan tempat jualan yang bersih dan tentunya yang melabeli halal MUI pada produknya, jika tidak ada label MUI saya akan mempertimbangkan dengan melihat penjual apakah menggunakan hijab, dan bila perlu saya akan bertanya apakah produk yang mereka jual halal dan bisa dikonsumsi oleh beragama muslim, selain itu saya akan memperhatikan tempat jualan tersebut apakah terdapat sesuatu yang meyakinkan saya untuk membeli produk mereka misalnya terdapat kaligrafi atau apapun yang membuat saya yakin bahwa penjual beragama muslim dan terakhir saya merasa aman dan nyaman jika tidak terdapat hewan di tempat jualan tersebut

---

<sup>92</sup> Widya Mangaliri, ‘Wisatawan Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 18 Mei 2024).

(mengingat beberapa kali saya berkunjung kesana, saya melihat ada beberapa anjing yang berkeliaran di sekitar pantai dan tempat – tempat jualan).”

2) Faktor yang mempengaruhi wisatawan muslim dalam membeli produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang

Persepsi seseorang terhadap sesuatu objek tidak berdiri sendiri akan tetapi dipengaruhi oleh beberapa faktor baik dari dalam maupun dari luar dirinya. Dalam wawancara yang dilakukan bersama wisatawan muslim bernama Nurdila menyatakan bahwa:<sup>93</sup>

“Mungkin dari faktor lingkungannya, kalau yang saya lihat di beberapa warung ada yang mempunyai hewan peliharaan anjing. Tetapi biarpun pedagangnya mempunyai peliharaan anjing, mereka mengurungnya. Sehingga dalam area memasak atau area transaksi, wisatawan muslim merasa aman dan nyaman.”

Adapun yang dikatakan oleh Putra Djamalo dan Bapak Tio terkait faktor yang mempengaruhi mereka dalam membeli produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang dilihat dari faktor pengalaman mereka ketika berkunjung kembali, yakni:

“Dari faktor pengalaman wisatawan lain. Saya tanya beberapa wisatawan yang sudah banyak kali berkunjung ke Pantai Paal Likupang dan kebetulan teman saya juga tinggal di likupang, jadi mereka menjamin kehalalan produk yang dibuat di warung-warung area Pantai Paal Likupang.”<sup>94</sup>

“Waktu pertama kali saya membeli makanan di warung, saya minta rekomendasi dari penjaga pantai, dimana kira-kira warung yang menjual makanan di pantai.”<sup>95</sup>

---

<sup>93</sup> Nurdila, ‘Wisatawan Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 11 Mei 2024).

<sup>94</sup> Putra Djamalo, ‘Wisatawan Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 18 Mei 2024).

<sup>95</sup> Bapak Tio, ‘Wisatawan Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 25 Mei 2024).

Selain adanya faktor pengalaman yang dirasakan oleh beberapa wisatawan muslim, terdapat juga faktor sikap dan pelayanan dari pedagang non-muslim sehingga wisatawan muslim membeli produk makanan dan minuman mereka. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan salah satu informan yaitu Intan Umar menyatakan bahwa:<sup>96</sup>

“Saya lihat para pedagang disini ramah-ramah jadi yang tadinya tidak ada minat mau beli makanan, jadi minat membeli makanan karena sikap dan pelayanan dari pedagang disini yang ramah, banyak juga wisatawan khususnya wisatawan muslim juga banyak yang membeli produk makanan dari para pedagang disini jadi aman-aman saja.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan yaitu wisatawan muslim yang berkunjung ke Pantai Paal Likupang terkait faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam membeli produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang, dapat disimpulkan bahwa faktor minat, faktor pengalaman, dan sikap serta pelayanan dari pedagang non-muslim sangat mempengaruhi wisatawan muslim membeli produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang.

### 3. Hasil Dokumentasi

Hasil dokumentasi pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan foto dan hasil rekaman para informan. Peneliti juga mendapati hasil bahwa para pedagang non-muslim memiliki gazebo atau saung untuk wisatawan beristirahat di tepi Pantai Paal Likupang. Saat peneliti melakukan wawancara dengan salah satu penjaga Pantai Paal Likupang yaitu Sandy, beliau mengatakan bahwa wisatawan muslim yang sudah membayar atau menyewa gazebo, jika ingin membeli makanan atau minuman haruslah di warung pemilik gazebo yang disewa. Tetapi kadang pemilik gazebo atau pedagang

---

<sup>96</sup> Intan Umar, ‘Wisatawan Muslim’, *Wawancara* (Pantai Paal Likupang, 18 Mei 2024).



non-muslim tersebut kurang memberitahukan informasi terkait hal tersebut, sehingga kadang terjadi salah paham antara wisatawan muslim dan pedagang non-muslim.

### C. Pembahasan

Islam pada dasarnya tidak memberikan batasan minimum dan maksimum dalam standar hidup bagi pemeluknya. Karena pada dasarnya hal tersebut secara keseluruhan sistem konsumsi setiap orang memanglah terserah pada kebijakan dan kesadaran individu masing-masing. Dimana prinsip tersebut merupakan prinsip dasar ekonomi Islam dalam hal konsumsi adalah bahwa setiap umat Islam harus mendapatkan paling tidak kebutuhan dasarnya. Karena pada dasarnya, dalam Islam tidaklah diperbolehkan hidup dengan boros, bermewah-mewahan hal ini berlaku bagi semua umat muslim, walaupun seorang muslim tersebut tergolong sebagai orang yang kaya raya. Suatu kesederhanaan dalam hidup merupakan prinsip utama Islam dalam hal konsumsi, yang pada dasarnya tidak boleh hilang dalam memilih gaya hidup.

Sebagai seorang muslim dalam hal konsumsi tentunya harus memikirkan tentang keamanan suatu produk yang mereka konsumsi, menjamin kehalalan dan menghindari mengkonsumsi sesuatu yang haram. Sebagai seorang muslim alangkah baiknya kita juga memikirkan yang mana barang yang lebih kita butuhkan (kebutuhan primer) dan yang mana barang yang tidak terlalu kita butuhkan (kebutuhan sekunder). Masalah hukum mengkonsumsi makanan halal dan *thayyib* termasuk dalam ajaran yang sangat sempurna dalam Islam, dikarenakan prinsip utama dari ajaran tersebut yaitu mengenai segala sesuatu yang halal diciptakan Allah SWT dan tidak ada yang diharamkan, kecuali adanya *Nash* yang terdapat dalam Al-Qur'an maupun Hadist yang mengharamkannya.<sup>97</sup>

1. Persepsi wisatawan muslim terhadap produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang

---

<sup>97</sup> Yusuf Al-Qardhawi, *Halal Haram Dalam Islam* (Solo: Era Intermedia, 2003), h. 36

Setelah dilakukan wawancara langsung dengan 6 wisatawan muslim yang berkunjung ke Pantai Paal Likupang, 4 wisatawan muslim mengutarakan pendapatnya bahwa mereka tidak terlalu memperhatikan label halal ataupun logo halal pada saat melakukan transaksi produk pada pedagang non muslim yang berada dalam kawasan wisata Pantai Paal Likupang. Menurut mereka selagi para pedagang non-muslim tidak menjual produk-produk yang mengandung babi atau produk yang dilarang dalam Islam, 4 wisatawan muslim tersebut tetap mengonsumsi produk dari pedagang non muslim yang ada di Pantai Paal Likupang.

Sedangkan 2 wisatawan muslim mengutarakan pendapatnya bahwa mereka sangat memperhatikan halal dan haramnya makanan atau minuman yang masuk dalam tubuh mereka. Mereka mengatakan bahwa label halal pada kemasan yang ada dalam sebuah produk membuat wisatawan muslim sebagai konsumen merasa aman dan terlindungi. Dikarenakan menurut mereka bukan hanya suatu produk makanan atau minuman kemasan saja yang memerlukan label halal, tetapi produk olahan sendiri juga membutuhkan label halal agar identitas dari produk tersebut bisa jelas dan membuat wisatawan muslim sebagai konsumen muslim merasa aman ketika mengonsumsi produk tersebut.

Produk yang dimaksud oleh wisatawan muslim disini yaitu produk olahan dari pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang seperti berbagai ikan laut yang dibakar dan diwoku, kuah asam, sayur daun ubi, bunga pepaya, cakalang suir, pisang goreng, lalampa, gohu, panada dan terdapat juga minuman seperti kelapa muda, teh panas, es buah, es nutrisari. Adapun produk kemasan yang dijual pedagang di Pantai Paal Likupang seperti pop mie, indomie, snack-snack kemasan, minuman kemasan air mineral, teh pucuk, dan lain-lain. Jika dilihat dari menu yang disediakan oleh para pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang hanya menjual produk olahan makanan laut saja, tidak terdapat makanan ataupun minuman yang mengandung atau berbasis non-halal.

Dalam hal ini pemberian label halal sebagai identitas suatu produk makanan atau minuman yang diberikan oleh lembaga sertifikasi halal sangat penting bagi wisatawan muslim untuk memudahkan dalam mengidentifikasi kehalalan produk yang akan dikonsumsi. Begitu pentingnya makanan dan minuman halal ini sehingga tidak jarang wisatawan muslim membawa sendiri makanan dan minumannya daripada makan di tempat yang belum jelas kehalalannya. Hal ini dinilai mengurangi kenyamanan dalam berwisata karena dirasa kurang praktis.

Wisatawan muslim mempersepsikan produk yang dijual pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang Timur dari segi bahan baku maupun proses sedangkan kenyataannya wisatawan muslim tidak mengetahui komposisi lengkapnya karena hanya menilai dari segi luar ketika makanan tersaji tanpa mengetahui keseluruhan unsur pembuatannya, dapat dikatakan kurang bijak karena seharusnya wisatawan muslim lebih memperhatikan segala unsur produk tersebut hingga sampai ke tangannya karena keamanan kandungan bahan baku dan proses pembuatannya merupakan hal penting sebelum mengonsumsi suatu produk.

Dari wawancara dengan informan pendukung yaitu pedagang non-muslim berpendapat bahwa mereka tidak memiliki penanda khusus atau label halal dalam produk yang mereka jual, mereka beranggapan selagi produk mereka tidak mengandung unsur-unsur yang haram maka konsumen muslim aman untuk mengonsumsi produk mereka. Terlebih lagi pihak pengelola Pantai Paal Likupang yaitu Bumdes serta pemerintah Likupang melarang atau tidak diperkenankan pedagang menjual produk-produk makanan atau minuman yang haram agar wisatawan muslim merasa aman dan terlindungi ketika membeli dan mengonsumsi produk pada pedagang di area Pantai Paal Likupang, dikarenakan Pantai Paal Likupang merupakan kawasan wisata super prioritas yang dimana tidak menutup kemungkinan Pantai Paal Likupang akan menjadi kawasan destinasi halal.

Wisatawan muslim menilai bahwa produk yang dijual pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang Timur menggunakan bahan-bahan yang wajar dan bukan bahan non-halal, dalam hal ini bukan produk yang mengandung unsur-unsur yang dilarang Al-Qur'an seperti alkohol atau babi sehingga tidak adanya sertifikat halal atau label halal pada produk bukan menjadi permasalahan yang penting. Oleh sebab itu, wisatawan muslim memiliki persepsi bahwa produk makanan atau minuman yang dijual pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang Timur aman karena tidak ada sesuatu yang berbahaya didalamnya terkait bahan hingga pembuatannya. Namun, persepsi tersebut tidak sesuai dengan Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168, firman Allah mengatakan bahwa:<sup>98</sup>

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

Terjemahnya:

“Wahai manusia! Makanlah dari makanan yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu”.

Surah tersebut dijelaskan bahwa makanan halal saja tidak cukup tetapi juga harus *thoyyib* (baik) zatnya maupun cara membuatnya. Dikatakan tidak sejalan dengan ayat tersebut karena wisatawan muslim tidak mencari tahu dan bersikap kritis pada produk yang dikonsumsi dan hanya menilai dari yang dapat dilihatnya serta memilih untuk berprasangka baik.

Memperhatikan makanan yang dikonsumsi berarti mewaspadaikan makanan yang berkemungkinan memiliki unsur-unsur yang haram, merupakan tanggung jawab bagi masing-masing seorang muslim. Konsumen dalam hal ini wisatawan muslim harus menjauhi makanan maupun minuman haram, sehingga kewaspadaan konsumen harus dilakukan dalam memilih makanan

<sup>98</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro, 2011), Surat Al-Baqarah (2): 168.

yang akan dikonsumsi karena hal ini berhubungan dengan pertanggung jawaban kepada Allah SWT. Waspada merupakan salah satu bentuk implementasi nyata terhadap perintah Allah, yang dimaksud waspada disini merupakan selektif dan memperhatikan apa-apa saja yang menjadikan alasan hingga suatu makanan atau minuman dapat dikatakan benar-benar halal.

Data yang didapatkan peneliti di lapangan atau lokasi penelitian yaitu kurangnya kesadaran wisatawan muslim dalam memilih dan membeli produk makanan atau minuman yang mereka konsumsi pada saat berkunjung ke destinasi wisata pantai. dikarenakan persepsi atau pandangan mereka terkait selagi pedagang-pedagang tersebut tidak menjual produk yang mengandung sesuatu yang haram atau mengandung babi untuk makanan, maka mereka merasa aman dalam mengonsumsi produk tersebut.

Dari 6 wisatawan muslim yang dilakukan wawancara secara langsung dengan peneliti, 4 wisatawan muslim menyatakan bahwa mereka mengetahui tentang kriteria halal suatu produk tetapi tidak memperhatikan label halal atau tanda halal pada produk yang dibeli dan dikonsumsi, 2 wisatawan muslim mengetahui tentang kriteria halal suatu produk serta memperhatikan label halal atau tanda halal pada produk yang dibeli dan dikonsumsi.

Bagi seorang muslim, kesadaran akan produk halal berperan penting ketika membeli produk pedagang. Wisatawan muslim yang merupakan seorang konsumen yang berkesadaran halal memiliki kecenderungan untuk memastikan bahwa produk yang akan dibelinya, bahan-bahan pembuatnya dan bahan tambahan yang digunakan adalah halal, dan memiliki pengetahuan memadai untuk membuat keputusan yang tepat sebelum membeli. Selaras dengan hasil penelitian Dani Kusumastuti menyatakan bahwa para produsen dalam hal ini pedagang harus memberikan perhatian dan terus meningkatkan

kualitas produk melalui sertifikasi halal dan mempertahankan standar kehalalan produknya.<sup>99</sup>

Selanjutnya, hasil wawancara dengan 2 orang informan pedagang non-muslim didapatkan bahwa 2 orang pedagang non-muslim mengungkapkan bahwa wisatawan khususnya wisatawan muslim tidak pernah ada yang menanyakan terkait kehalalan produk makanan atau minuman yang dijual. Dikarenakan pemerintahLIKUPANG memberitahu kepada para pedagang untuk tidak menjual produk-produk yang non-halal.

Persepsi wisatawan muslim terhadap produk pedagang non-muslim di Pantai PaalLIKUPANG terjadi karena adanya pengetahuan yang dimiliki oleh wisatawan muslim terkait dengan hal-hal yang diperbolehkan dan dilarang dalam syariah Islam. Berdasarkan teori Schiffman dan Kanuk menunjukkan bahwa seseorang dalam berpersepsi melalui beberapa tahapan proses. Kognitif berupa pengetahuan terjaminnya kehalalan produk, afektif berupa keyakinan jaminan halal pada produk dan konatif berupa melakukan tindakan mengonsumsi produk yang halal. Berikut ini merupakan dimensi persepsi yang terjadi pada wisatawan muslim terhadap produk pedagang non-muslim di Pantai PaalLIKUPANG diantaranya:

a. Persepsi Wisatawan Muslim atas Pengetahuan Terjaminnya Kehalalan Produk Pedagang Non-Muslim di Pantai PaalLIKUPANG

Kognitif atau pengetahuan informan wisatawan muslim tentang produk yang halal pada pedagang non-muslim di Pantai PaalLIKUPANG. Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, dapat diketahui bahwa alasan Wisatawan Muslim memutuskan untuk membeli produk pedagang non-muslim di Pantai PaalLIKUPANG yang pertama yaitu menyediakan makanan dan minuman kemasan yang halal. Kedua yaitu imbauan pemerintahLIKUPANG terkait produk-produk yang dijual pedagang jangan

---

<sup>99</sup> Dani Kusumastuti, 'Minat Beli Produk Halal Di Indonesia, Studi Pemetaan Sistematis', *MABSYA: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Syariah*, 2.2 (2020), h. 37

ada yang terdapat kandungan non-halalnya sehingga wisatawan muslim dapat mengonsumsi produk dengan baik dan aman. Mengenai jaminan kehalalan produk pedagang non-muslim persepsi informan sudah terjamin karena setelah bertanya ke warga lokal atau penjaga pantai memberitahu bahwa para pedagang tidak ada yang menjual produk non-halal serta tidak ada juga minuman beralkohol.

b. Persepsi Wisatawan Muslim atas Keyakinan Jaminan Halal Produk Pedagang Non-Muslim di Pantai Paal Likupang

Afektif atau keyakinan informan wisatawan muslim tentang produk yang dijual pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang dapat disimpulkan bahwa wisatawan muslim kadang menanyakan jaminan halal yang ada di warung makan Pantai Paal Likupang namun mereka percaya karena disana banyak wisatawan muslim yang berkunjung serta para pedagang memberikan informasi jika produk yang mereka jual tidak ada yang mengandung sesuatu yang diharamkan atau non-halal.

c. Persepsi Wisatawan Muslim untuk Melakukan Tindakan Mengonsumsi Produk Pedagang Non-Muslim di Pantai Paal Likupang

Konatif atau kecenderungan melakukan tindakan informan wisatawan muslim terhadap produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang dapat disimpulkan bahwa informan percaya bahwa produk yang dijual pedagang non-muslim tidak ada produk yang non-halal, kemudian atas rekomendasi dari penjaga pantai, warga lokal, serta teman yang sudah pernah mengunjungi Pantai Paal Likupang sehingga mereka tertarik untuk datang di Pantai Paal Likupang. Setelah mengunjungi Pantai Paal Likupang, wisatawan muslim merasakan enak dan berbeda dengan kawasan destinasi wisata lainnya sehingga menjadi salah satu tempat wisata favorit ketika berlibur di Pantai Paal Likupang. Wisatawan Muslim lebih yakin, percaya, pelayanan ramah tamah, nyaman, higienis, cukup terjamin, aman dan tanpa harus khawatir saat mengonsumsi makanan atau minuman.

Hal ini pun selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiawati, dan Ajib mengemukakan bahwa masih banyak masyarakat muslim yang tidak memperdulikan kehalalan suatu makanan. Apalagi dengan tidak adanya labelisasi halal yang membuat mereka beranggapan bahwa tidak masalah jika mengkonsumsi babi atau anjing.<sup>100</sup> Hal ini berbeda dengan penelitian sebelumnya oleh Erni Suryani, Wina Asry dan Abdul Aziz<sup>101</sup> terkait bagaimana konsumen muslim dapat berhati-hati untuk bisa terhindar dari pedagang makanan non-halal yang tidak memiliki logo dengan melihat situasi yang ada di sekitar tempat tersebut.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Nur Dewi Astutik mengatakan bahwa konsumen muslim dapat menilai untuk memilih rumah makan atau warung yang halal dan sesuai dengan kebutuhan konsumen muslim. Salah satu caranya yaitu dengan mencari informasi terlebih dahulu seperti label sertifikasi halal yang ada di rumah makan atau warung yang menunjukkan bahwa tempat tersebut telah mendapatkan sertifikasi halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) yang menjadikan unsur penting bagi konsumen muslim dalam membeli makanan di rumah makan atau restoran.<sup>102</sup>

## 2. Faktor yang mempengaruhi wisatawan muslim untuk membeli produk pada pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang

Persepsi menurut Robbins, mengatakan bahwa persepsi dapat dipengaruhi oleh karakter seseorang. Karakter tersebut dipengaruhi oleh:

- a) *Attitude* yakni dua individu yang sama, tetapi mengartikan sesuatu yang dilihat itu berbeda satu dengan lainnya.

Produk yang akan dipilih oleh konsumen akan terpengaruh oleh sikap orang lain. Konsumen akan tergantung oleh dua hal, yaitu

---

<sup>100</sup> Widiawati and Ahmad Ajib Ridwan, 'Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Tidak Bersertifikat Halal Dengan Merek Mengandung Makna Sarkasme', *JESKaPe*, 4.2 (2020), h. 206

<sup>101</sup> Erni Suryani, Wina Asry, and Abdul Aziz, 'Interisting Logo Halal Pada Pemilihan Produk Di Masyarakat', *The 1st Annual Dharmawangsa Islamic Studies*, 2.8 (2022), h. 75

<sup>102</sup> Nur Dwi Astutik, Ahmad Ahsin, and Kusuma Mawardi, 'Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikasi Halal Pada De Dapoer Rhadana Hotel Kuta Bali', 6.1 (2021).



intensitas sifat negatif orang lain terhadap alternatif pilihan produk oleh konsumen, dan konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.

Pada informan di penelitian ini diperoleh hanya 2 dari 6 informan yang merasakan sikap atau *attitude* pelayanan yang baik dari pedagang non-muslim kepada wisatawan muslim yang membeli produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang.

- b) *Motivies*, artinya kebutuhan yang tidak terpuaskan yang mendorong individu dan mungkin memiliki pengaruh yang kuat terhadap persepsi mereka. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa apabila motivasi konsumen dalam membeli produk rendah, maka konsumen akan cenderung tidak membeli produk yang disukainya.

Pada informan di penelitian ini diperoleh hanya 3 dari 6 informan yang termotivasi untuk berkunjung kembali ke Pantai Paal Likupang dan membeli kembali produk yang dijual pedagang non-muslim.

- c) *Interest* yaitu fokus dari perhatian kita sepertinya dipengaruhi oleh minat kita, karena minat seseorang berbeda satu dengan lainnya. Pada informan di penelitian ini diperoleh yaitu seluruh informan yang dipengaruhi oleh faktor *interest*.
- d) *Experiences* merupakan fokus dari karakter individu yang berhubungan dengan pengalaman masa lalu seperti minat atau *interest* individu. Pada informan di penelitian ini diperoleh yaitu seluruh informan yang dipengaruhi oleh faktor *experiences* dikarenakan para wisawatawan muslim mempunyai keinginan untuk membeli produk pedagang non-muslim dipengaruhi oleh rekomendasi serta pengalaman wisatawan lain ketika membeli produk di warung Pantai Paal Likupang.
- e) *Expectations* yakni ekspektasi bisa mengubah persepsi individu dimana individu tersebut bisa melihat apa yang mereka harapkan dari apa yang terjadi sekarang.<sup>103</sup> Hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti yaitu

---

<sup>103</sup> Stephen P. Robbins, *Manajemen Dan Organisasi* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 124

faktor *expectations* tidak terlalu berpengaruh karena peneliti mendapatkan bahwa walaupun wisatawan muslim tidak terlalu mengharapkan adanya label halal pada produk yang dijual pedagang serta kurang memperhatikan terkait produk yang mereka beli halal atau tidak, selagi pedagang tidak menjual produk yang non-halal, maka wisatawan muslim merasa aman-aman saja ketika membeli produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang.

Terdapat empat faktor-faktor yang mempengaruhi dalam melakukan pembelian yang dilakukan oleh konsumen yaitu sebagai berikut:

b) Faktor Budaya

Kumpulan nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang di pelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga dan institusi lainnya. Pembagian budaya dalam beberapa kelompok budaya berdasarkan faktor horizontal, yaitu berdasarkan kebangsaan, agama, kelompok, ras dan daerah geografis. Jika dilihat dari perilaku konsumen dan riset pasar, status paling sering ditemukan dari sudut variabel demografis atau lebih cocok seperti berikut ini yakni penghasilan keluarga, status pekerjaan, dan pencapaian pendidikan.

Hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti yaitu faktor budaya tidak terlalu berpengaruh karena peneliti mendapatkan bahwa wisatawan muslim yang berkunjung ke Pantai Paal memiliki budaya yang berbeda-beda sehingga makanan atau lingkungan wisata yang baru tidak terlalu pengaruh, tetapi para wisatawan muslim masih ingin membeli produk pedagang non-muslim di Pantai Likupang Timur.

c) Faktor Sosial

Artinya dua atau lebih orang yang berinteraksi atas dasar kesamaan aktivitas untuk mencapai tujuan pribadi atau tujuan bersama. Beberapa merupakan kelompok primer yang mempunyai interaksi regular tetapi informal seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja.

Hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti yaitu faktor sosial berpengaruh karena peneliti mendapatkan bahwa ada beberapa wisatawan muslim yang berkunjung bersama keluarga mereka, terdapat juga beberapa wisatawan yang berkunjung kembali serta membeli produk yang dijual pedagang atas rekomendasi teman, penjaga pantai, ataupun wisatawan lain yang sudah sering berkunjung ke Pantai Paal Likupang.

d) Faktor Pekerjaan

Pekerjaan mempengaruhi cara pandang terhadap suatu produk karena berpengaruh pada pengalaman dan pengetahuan untuk mendorong dalam melakukan pembelian produk. Pekerjaan pada seseorang mempengaruhi sikap pembelian terhadap barang dan jasa. Pemasar akan terus berusaha mengenali kelompok pekerjaan yang mempunyai minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasanya. Pekerjaan seseorang dapat mempengaruhi pola konsumsinya. Dengan demikian pemasar bisa mengidentifikasi kelompok yang berhubungan dengan pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata.

Hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti yaitu faktor pekerjaan tidak terlalu berpengaruh karena peneliti mendapatkan bahwa wisatawan muslim memiliki pekerjaan yang berbeda-beda, tetapi para wisatawan muslim masih ingin membeli produk pedagang non-muslim di Pantai Likupang Timur.

e) Faktor Usia

Pada faktor usia mempengaruhi perilaku konsumen karena apabila umur semakin tua maka keinginan ataupun selera dalam hal pembelian maka akan menurun, namun sebaliknya apabila usia remaja atau dewasa maka mengikuti zaman dan melakukan pembelian dengan aktif. Tipe barang dan jasa yang dipilih oleh pembeli akan berbeda bersamaan dengan meningkatnya umur konsumen.

Hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti yaitu faktor usia tidak terlalu berpengaruh karena peneliti mendapatkan bahwa wisatawan

muslim berbeda-beda usianya, tapi rata-rata wisatawan muslim suka berbelanja produk pedagang non-muslim di Pantai Likupang Timur.

Hal ini pun serupa dengan penelitian yang dilakukan Telsy Fratama Dewi Samad yang mendapati bahwa warga non Muslim menyatakan bahwa label halal merupakan baik akan mempengaruhi mereka membeli produk tersebut, bukan berarti bahwa mereka tidak akan membeli produk non-halal. Motivasi mereka melakukan pembelian produk karena label halal telah meningkatkan citra produk sebagai produk yang bersih, suci dan tidak membahayakan, bukan karena untuk melaksanakan syariah Islam. Berbeda dengan konsumen Muslim dimana preferensi beli terhadap produk yang berlabel halal karena takut kepada Allah SWT jika mereka mengkonsumsi sebuah produk makanan yang tidak halal.<sup>104</sup>

---

<sup>104</sup> Telsy Fratama Dewi Samad, 'Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Preferensi Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Dan KFC Di Yogyakarta', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.1 (2019).

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

#### 1. Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Produk Pedagang Non-Muslim di Pantai Paal Likupang

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan, maka dapat disimpulkan dari penelitian ini bahwa kurangnya kesadaran wisatawan muslim dalam memilih dan membeli produk makanan atau minuman yang mereka konsumsi pada saat berkunjung ke destinasi wisata pantai. Dikarenakan persepsi atau pandangan mereka terkait selagi pedagang-pedagang tersebut tidak menjual produk yang mengandung sesuatu yang haram atau mengandung babi untuk makanan, maka mereka merasa aman dalam mengonsumsi produk tersebut. Wisatawan khususnya wisatawan muslim tidak pernah ada yang menanyakan terkait kehalalan produk makanan atau minuman yang dijual.

#### 2. Faktor yang mempengaruhi wisatawan muslim untuk membeli produk pada pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan terkait faktor yang mempengaruhi wisatawan muslim untuk membeli produk pada pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang bahwa ada beberapa faktor yang terikat yakni Faktor *attitude* merasakan sikap atau *attitude* pelayanan yang baik dari pedagang non-muslim kepada wisatawan muslim yang membeli produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang. Faktor *motivies* beberapa wisatawan muslim yang termotivasi untuk berkunjung kembali ke Pantai Paal Likupang dan membeli kembali produk yang dijual pedagang non-muslim. Faktor *expectations* tidak terlalu berpengaruh karena peneliti mendapatkan bahwa walaupun wisatawan muslim tidak terlalu mengharapkan adanya label halal pada produk yang dijual pedagang serta kurang memperhatikan terkait produk yang mereka beli halal atau tidak,

selagi pedagang tidak menjual produk yang non-halal, maka wisatawan muslim merasa aman-aman saja ketika membeli produk pedagang non-muslim di Pantai Paal Likupang. Serta faktor *experiences* dikarenakan para wisatawan muslim mempunyai keinginan untuk membeli produk pedagang non-muslim dipengaruhi oleh rekomendasi serta pengalaman wisatawan lain ketika membeli produk di warung Pantai Paal Likupang.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan penelitian yang diperoleh, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan saran kepada:

### **1. Pemerintah Likupang Timur dan Bumdes**

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi pemerintah Likupang Timur khususnya di desa Marinsow dalam hal memberikan edukasi serta arahan kepada pedagang-pedagang yang berada di kawasan wisata Pantai Paal Likupang agar mendapatkan sertifikasi halal untuk produk mereka sehingga wisatawan baik muslim dan non-muslim bisa merasa aman dalam mengkonsumsi produk yang dijual pedagang di kawasan Pantai Paal Likupang. Pemerintah lebih memperhatikan pengelola Pantai Paal Likupang dalam hal ini BumDes, dalam hal alokasi terkait papan informasi untuk wisatawan yang kunjung di Pantai Paal Likupang serta ditingkatkan terutama dari segi fasilitas agar menjadi objek wisata yang diharapkan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Paal Likupang.

### **2. Wisatawan Muslim**

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi wisatawan khususnya wisatawan muslim agar selalu memperhatikan kehalalan produk yang akan dikonsumsi, baik itu makanan atau minuman harus mencari tahu asal-usul makanan itu dibuat, seperti bahan-bahan yang digunakan dalam produk itu. Kesadaran halal pada wisatawan muslim sangat penting agar makanan yang dikonsumsi bisa *thayyib* dan halal.

### 3. Pedagang

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi pedagang non-muslim di kawasan wisata Pantai Paal Likupang bahwa lebih aktif menginformasikan kepada konsumen yaitu wisatawan muslim terkait produk-produk yang dijual. Walaupun setiap produk yang dijual pedagang tidak terdapat produk yang non-halal, tetapi ada baiknya jika pedagang melakukan pengurusan sertifikasi halal yang nantinya diharapkan akan dibantu oleh pemerintah Likupang Timur Desa Marinsow.

### 4. Akademik dan Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber wawasan dan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang memiliki relevansi atau keterkaitan dengan pengembangan pengetahuan produk yang dijual pedagang non-muslim di kawasan wisata Pantai Paal Likupang, dalam hal ini mencakup pariwisata. Para peneliti selanjutnya juga diharapkan mampu untuk memperbaiki kelemahan penelitian ini, dengan menambahkan indikator lain khususnya pada variabel pelayanan dan fasilitas yang ada di Pantai Paal Likupang agar semakin banyak wisatawan yang berkunjung. Diharapkan akan terdapat lebih banyak penelitian baru terkait persepsi wisatawan muslim terhadap produk yang dijual pedagang non-muslim di kawasan destinasi wisata yang masih belum menerapkan wisata halal, mengingat penelitian terkait ini masih sangat sedikit.





## DAFTAR PUSTAKA

- Adler, R. B., & Rodman, G. (2010). *Understanding Human Communication* (Terjemahan). Penerbit Erlangga.
- Al-Qardhawi, Y. (2003). *Halal Haram dalam Islam*. Era Intermedia.
- Alizamar, & Couto, N. (2016). *Psikologi Persepsi & Desain Informasi: Sebuah Kajian Psikologi Persepsi dan Prinsip Kognitif untuk Kependidikan dan Desain Komunikasi Visual*. Media Akademi.
- Anwar, M. J. (2022). *Persepsi Wisatawan Terhadap Implementasi Wisata Syariah Di Kota Sabang*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Ariowibowo, R., Lolowang, T., & Rengkung, L. (2017). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Alam Pulisan Kabupaten Minahasa Utara. *Agri-SosioEkonomi*, 13(1)
- Astutik, N. D., Ahsin, A., & Mawardi, K. (2021). *Persepsi Konsumen Muslim terhadap Sertifikasi Halal pada De Dapoer Rhadana Hotel Kuta Bali*. 6(1).
- Ath-Thawil, A. (2016). *Syubhat Membuat Galau: Rezeki Berkah Awal Kebahagiaan*. Tinta Medina.
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2010). *Contemporary Marketing* (14th ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Darmanah, G. (2019). *Metodologi Penelitian*. CV. Hira Tech.
- Dasangga, D. G. R., & Rartnasari, R. T. (2022). Pengaruh Destinasi Halal Terhadap Daya Tarik Destinasi: Penilaian Niat Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Kepariwisata Destinasi, Hospitalis Dan Perjalanan*, 6(2).  
<https://doi.org/10.34013/jk.v6i02.724>
- Dewi, I. (2024, May 25). Wisatawan Muslim. *Voice Recorder, Wawancara*.
- Djamalo, P. (2024, May 18). Wisatawan Muslim. *Voice Recorder, Wawancara*.
- Fajriyati, I., Afiff, A. Z., Gayatri, G., & Hati, S. R. H. (2020). Generic and Islamic attributes for non-Muslim majority destinations: application of the three-factor theory of customer satisfaction. *Heliyon*, 6(6).  
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04324>

- Hakim, M. H., & Saputro, A. R. (2022). Motivasi, Persepsi dan Preferensi Konsumen Terhadap Rantai Pasok Halal. *Journal of Manufacturing in Industrial Engineering and Technology (MIND-TECH)*, 1(1).  
<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/MINE-TECH/index>
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1).
- Hasim, F. (2009). *Hukum Dagang*. Sinar Grafika.
- Huda, B. (2022). Konsep Wisata Halal dan Hak-hak Wisatawan dalam Perspektif Fikih: The Concept of Halal Tourism and The Tourist Rights in an Islamic Jurisprudence Perspective. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 12(1).  
<http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/elqist/article/view/818/372>
- Indonesia, F. M. U. (2003). *Standardisasi fatwa halal*.
- Indonesia, M. P. dan P. R. (1998). *Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23 Tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan*. JDIH Kemendag.
- Indranata, C. J. (2022). Perilaku Konsumen Islam Modern Perspektif Konsumsi dalam Islam. *Islamika: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 22(01).  
<https://doi.org/10.32939/islamika.v22i01.1094>
- Kasmawati. (2014). Makanan Halal Dan Tayyib Perspektif Al-Qur'an [UIN Alauddin Makassar]. In *Repositori UIN Alauddin Makassar*.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2022). Sinergi BPJPH, LPH, dan MUI dalam Sertifikasi Halal. *Kementerian Agama Republik Indonesia (Kemenag RI)*.
- Kenyon, G. N., & Sen, K. C. (2015). *The Perception of Quality Mapping Product and Service Quality*. Springer.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson.
- Kusumastuti, D. (2020). Minat Beli Produk Halal Di Indonesia, Studi Pemetaan Sistematis. *MABSYA: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Syariah*, 2(2).

- Lestary, R. A. D. (2023). *Persepsi Pedagang Makanan Non-Halal Terhadap Konsumen Muslim Di Kota Manado*. Universitas Islam Indonesia.
- LPPOM MUI. (2008). *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM MUI*. Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan Dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia.
- Mandey, M., Tambani, G. O., Pangemanan, J. F., Rarung, L. K., & Rantung, S. V. (2022). Persepsi Masyarakat Terhadap Layanan Wisata Pantai Pall Di Desa Marinsow Kecamatan Likupang Timur Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Ilmiah Agrobisnis Perikanan*, 10(2)0
- Mangaliri, W. (2024, May 18). Wisatawan Muslim. *Voice Recorder, Wawancara*.
- Millatina, A. N., Hakimi, F., Budiantoro, R. A., & Arifandi, M. R. (2022). The Impact of Halal Label in Halal Food Buying Decisions. *Journal of Islamic Economic Laws*, 5(1).
- Moleong, L. J. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasution. (2003). *Metodologi Research Penelitian Ilmiah*. Penerbit Bumi Aksara.
- Nasution, A. I. L., Hasibuan, R. R. A., & Syarvina, W. (2023). Analisis Pariwisata Halal Terhadap Keputusan Wisatawan ( Studi Kasus Wisata di Aceh ). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1).
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). Teori Perilaku Konsumen. In A. Jibril (Ed.), *Nasya Expanding Management* (Cetakan ke). Nasya Expanding Management (NEM- IKAPI).
- Nurdila. (2024, May 11). Wisatawan Muslim. *Voice Recorder, Wawancara*.
- Pendit, N. S. (2006). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Pradnya Paramita.
- Permadi, L. A., Darwini, S., Retnowati, W., & Wahyulina, S. (2019). Persepsi Dan Preferensi Wisatawan Muslim Terhadap Sarana Dan Prasarana Wisata Halal Di Lombok (Studi Kasus Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 4(2).  
<https://doi.org/10.29303/jseh.v4i2.14>

- Pratama, A. A. N., & Yudiana, F. E. (2022). *Perilaku Hijrah Konsumen Muslim*. Kencana Prenada Media Group.
- Pratiwi, I. D., & Qadariyah, L. (2022). Analisis Proses Labelisasi Halal Pada Bisnis Produk Batik Mentaka Di Desa Gapurana Pulau Talango Kabupaten Sumenep. *Jurnal Kaffa*, 1(3).
- Presiden Republik Indonesia. (2019). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Tentang Kawasan Ekonomi Khusus Likupang*.  
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/127705/pp-no-84-tahun-2019>
- Pusat, P. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tentang Kepariwisata dan Kebudayaan. In *Peraturan BPK*. Peraturan BPK.
- RI, D. (2014). *Undang-Undang Jaminan Produk Halal (JPH)*. DPR RI.  
<http://www.halal.go.id/infopublik>
- RI, D. A. (2011a). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Diponegoro.
- RI, D. A. (2011b). *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an.
- Robbins, S. P. (2009). *Manajemen dan Organisasi*. Salemba Empat.
- Rohayedi, E., & Maulina. (2020). Konsumerisme Dalam Perspektif Islam. *Transformatif*, 4(1). <https://doi.org/10.23971/tf.v4i1.1900>
- Saleh, A. A. (2018). *Pengantar Psikologi*. Aksara Timur.
- Salwa, D. K. (2019). Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Implementasinya. *Labatila : Ilmu Ekonomi Islam*, 3(2).
- Samad, T. F. D. (2019). Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Preferensi Konsumen pada Restoran Pizza Hut dan KFC di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1).
- Samad, T. F. D., Sugeng, A., Ayub, T., & Taufani, T. (2022). Halal Cuisine in Muslim-Minority Urban Preference: Case Study in Manado. *Akademika : Jurnal Pemikiran Islam*, 27(2).  
<https://doi.org/10.32332/akademika.v27i2.5746>
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Penerbit Graha Ilmu.

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. PT. Indeks Group Media.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer Behavior* (10th editi). NJ: Pearson Education, Inc.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Prenadamedia Group.
- Shafaei, F., & Mohamed, B. (2015). Involvement and brand equity: A conceptual model for Muslim tourists. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-06-2014-0050>
- Sikendo, M. (2024, April 20). Pedagang Non-Muslim. *Voice Recorder, Wawancara*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sujatmiko, E. (2014). *Kamus IPS*. Aksara Sinergi Media.
- Surur, F. (2020). *Wisata Halal: Konsep dan Aplikasi*. Alauddin University Press.
- Suyani, E., Asry, W., & Aziz, A. (2022). Interisting Logo Halal Pada Pemilihan Produk di Masyarakat. *The 1st Annual Dharmawangsa Islamic Studies*, 2(8). <https://doi.org/2809-2317>
- Syafrida. (2022). Sertifikat Halal Pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim. *ADIL: Jurnal Hukum*, 7(2).
- Tatara, N. (2024, April 20). Pedagang Non-Muslim. *Voice Recorder, Wawancara*.
- Tio, B. (2024, May 25). Wisatawan Muslim. *Voice Recorder, Wawancara*.
- Umar, I. (2024, May 18). Wisatawan Muslim. *Voice Recorder, Wawancara*.
- Wahyulina, S., Darwini, S., Retnowati, W., & Oktaryani, S. (2018). Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Sarana Penunjang Wisata Halal Dikawasan Desa Sembalun Lawang Lombok Timur. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram*, 7(1). <https://doi.org/10.29303/jmm.v7i1.400>
- Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. ANDI.
- Widiawati, & Ridwan, A. A. (2020). Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Produk

Makanan Tidak Bersertifikat Halal dengan Merek Mengandung Makna Sarkasme. *JESKaPe*, 4(2).

Zaimsyah, A. M., & Herianingrum, S. (2019). Tinjauan Maqashid Syariah Terhadap Konsumsi. *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 5(1).

Zulaekah, S., & Kusumawati, Y. (2005). Halal dan Haram Makanan dalam Islam [Halal and Haram Food in Islam]. *Suhuf*, 17(1).

## LAMPIRAN

### Lampiran I:

#### Pedoman Wawancara

Target Informan	: 2 Pedagang (Warung)
Target Pengumpulan Data	: April – Mei 2024
Output	: 1. Informasi persepsi wisatawan muslim terhadap warung non label di Pantai Paal Likupang 2. Informasi faktor yang mempengaruhi wisatawan muslim untuk berbelanja di warung non label halal di Pantai Paal Likupang.

#### Pertanyaan (Pedagang):

1. Apakah Bapak/Ibu mengetahui label halal?
2. Dari mana Bapak/Ibu mengetahui sumber informasi produk halal?
3. Selama Bapak/Ibu menjadi pedagang, apakah ada dari wisatawan yang menanyakan status kehalalan dari produk yang Bapak/Ibu jual?
4. Jika ada yang pernah menanyakan, kemudian bagaimana tanggapan Bapak/Ibu terkait produknya yang diragukan oleh wisatawan Muslim?
5. Apakah Bapak/Ibu mengetahui seberapa pentingnya sertifikasi halal pada sebuah produk?
6. Apakah Bapak/Ibu memiliki motivasi untuk melakukan sertifikasi halal?

## **Pedoman Wawancara**

Target Informan	: 6 Wisatawan Muslim
Target Pengumpulan Data	: April – Mei 2024
Output	: 1. Informasi persepsi wisatawan muslim terhadap warung non label di Pantai Paal Likupang 2. Informasi faktor yang mempengaruhi wisatawan muslim untuk berbelanja di warung non label halal di Pantai Paal Likupang.

### **Pertanyaan (Wisatawan Muslim):**

1. Identitas yang meliputi Nama dan Umur.
2. Motivasi berkunjung ke Pantai Paal Likupang Timur?
3. Berapa kali berkunjung ke Pantai Paal Likupang Timur?
4. Apakah anda mengetahui bahwa pedagang di Pantai Paal Likupang Timur merupakan seorang non muslim?
5. Bagaimana tanggapan anda mengenai produk yang dijual pedagang non muslim di Pantai Paal Likupang?
6. Apa yang anda ketahui terkait label halal atau kriteria kehalalan suatu produk?
7. Apakah anda memperhatikan label halal ketika membeli produk yang di jual di Pantai Paal Likupang?
8. Menurut pendapat anada, apakah dibutuhkan label halal pada produk yang dijual di Pantai Paal Likupang?
9. Dari faktor apa saja yang membuat anda merasa nyaman dan aman ketika membeli makanan di warung Pantai Paal Likupang?



## **Lampiran II:**

### **Transkrip Wawancara**

#### 1. Transkrip wawancara peneliti dengan Pedagang

Nama : Noviaus Tatara

Tanggal : 20 April 2024

Peneliti : Sudah berapa lama ibu merintis usaha di kawasan wisata Pantai Paal?

Informan : Sudah sejak dari 2014 sampai sekarang 2024 kami masih berjualan di kawasan Pantai Paal.

Peneliti : Apakah banyak wisatawan yang membeli produk makanan dan minuman di warung ibu?

Informan : Iya banyak wisatawan yang berkunjung dan membeli produk di warung sini, tapi tergantung juga, biasanya wisatawan paling banyak datang di hari raya dan tanggal merah dan di hari minggu, kalau untuk hari biasa atau hari kerja kadang ada wisatawan, hanya ada 3 sampai 10 kendaraan biasanya.

Peneliti : Biasanya wisatawan membeli produk apa saja di warung-warung ibu?

Informan : Biasanya wisatawan paling sering membeli pisang goreng, mie instan, pop mie, kopi, teh, adapun juga nasi sama ikan laut, kita juga jualan nasi campur, tapi kami pastikan tidak ada unsur babi dan sejenisnya, karena kan kadang ada juga wisatawan muslim yang lapar dan suka makan nasi di kawasan pantai paal likupang juga di larang menjual makanan atau minuman yang non-halal, agar wisatawan muslim juga merasa aman ketika membeli disini atau nantinya akan berkunjung kembali.

Peneliti : Apakah wisatawan muslim pernah menanyakan halal atau tidak produk yang di jual di warung ibu?

- Informan : Tidak, biasanya wisatawan muslim langsung pesan saja tanpa menanyakan produk yang kami jual halal atau tidak, tapi pemerintah disini memang menjamin kehalalan tiap produk yang dijual seluruh warung di kawasan pantai Paal Likupang, karena pantai Paal Likupang sudah termasuk kawasan wisata super prioritas, di lihat juga banyaknya wisatawan muslim yang berkunjung.
- Peneliti : Kalau untuk label halal sendiri, apakah ibu mengetahuinya?
- Informan : Iya tau label halal tentunya produk-produk yang terhindar atau tidak unsur haram.

## 2. Transkrip wawancara peneliti dengan Pedagang

- Nama : Martha Sikendo
- Tanggal : 20 April 2024
- Peneliti : Sudah berapa lama ibu merintis usaha di kawasan wisata Pantai Paal?
- Informan : Sudah lama, sejak pantai masih sepi pengunjung, waktu itu yang berkunjung di pantai sini hanya masyarakat sekitaran Likupang, sampai saat ini wisatawan sudah mulai banyak mengetahui pantai Paal Likupang dan berkunjung, barulah banyak pedagang-pedagang lain yang membuka warung disini.
- Peneliti : Apakah banyak wisatawan yang membeli produk makanan dan minuman di warung ibu?
- Informan : Lumayan banyak kalau pas hari libur, apalagi kalau musim liburan biasanya pantai ramai pengunjung, tapi kalau hari biasa paling cuma 10 orang atau 2 rombongan yang datang.
- Peneliti : Biasanya wisatawan membeli produk apa saja di warung-warung ibu?

- Informan : Wisatawan paling sering beli produk popmie, pisang goroho, pisang goreng, nutrisari, aqua, kadang wisatawan beli makanan berat disini.
- Peneliti : Apakah wisatawan muslim pernah menanyakan halal atau tidak produk yang di jual di warung ibu?
- Informan : Kadang wisatawan menanyakan halal, karena biasanya wisatawan langsung pesan makanan yang ada di menu. Walaupun disini tidak ada label atau tanda kalau makanan disini dijual halal atau tidak, tapi kami pedagang menjamin makanan disini tidak memakai bahan ataupun proses pembuatannya yang ada unsur non-halalnya. Pemerintah likupang sendiri juga sudah memberitahu ke setiap pedagang disini untuk tidak menjual produk-produk non-halal, karena mengingat banyak juga wisatawan muslim yang berkunjung disini. Jadi wisatawan muslim maupun non-muslim bisa aman berbelanja di warung-warung kami.
- Peneliti : Kalau untuk label halal sendiri, apakah ibu mengetahuinya?
- Informan : Kalau label halal saya tahu, sering lihat di kemasan-kemasan produk instan.

### 3. Transkrip wawancara peneliti dengan Wisatawan Muslim

- Nama : Nurdila
- Tanggal : 11 Mei 2024
- Peneliti : Motivasi berkunjung ke pantai paal likupang timur ?
- Informan : Saya berkunjung dipantai paal likupang karena lagi libur semester perkuliahan, sekaligus menghilangkan penat dengan melihat pantai yang sebegini ini.
- Peneliti : Berapa kali berkunjung ke pantai paal likupang timur ?
- Informan : Sudah tiga kali saya berkunjung ke pantai paal.

- Peneliti : Apakah anda mengetahui bahwa pedagang di pantai paal likupang timur merupakan seorang non muslim?
- Informan : iya tau, soalnya kadang di tempat jualan mereka ada logo salib, ada juga beberapa pemilik warung yang memelihara anjing di sekitar pantai paal.
- Peneliti : Bagaimana tanggapan anda mengenai produk yang dijual pedagang non muslim di pantai paal likupang?
- Informan : Menurut saya aman-aman saja selagi mereka tidak menjual produk yang non halal, wisatawan muslim bisa mengonsumsi produk jualan mereka. Biasanya kan kita hanya membeli pisang goreng, pop mie atau aqua
- Peneliti : Apa yang anda ketahui terkait label halal atau kriteria kehalalan suatu produk?
- Informan : Kalau terkait kriteria kehalalan suatu produk, setau saya yang tidak mengandung unsur babi, anjing, alkohol, mulai dari cara penyembelihannya dan alat masaknya juga dilihat.
- Peneliti : Apakah anda memperhatikan label halal ketika membeli produk yang di jual di Pantai Paal Likupang?
- Informan : Iya, soalnya kan kita sebagai umat muslim harus mengonsumsi produk yang sudah jelas kehalalannya, biasa juga kalau liburan ke pantai kita bawa bekal dari rumah, tapi kadang kalau suka makan popmie baru beli di warung pantai.
- Peneliti : Menurut pendapat anda, apakah dibutuhkan label halal pada produk yang dijual di Pantai Paal Likupang
- Informan : Sebenarnya penting diberikan tanda label halal ataupun label non-halal, agar memberi rasa aman dan memberikan informasi tambahan kepada wisatawan, khususnya kita sebagai

wisatawan muslim ketika berkunjung atau membeli di kawasan wisata pantai pall likupang.

Peneliti : Dari faktor apa saja yang membuat anda merasa nyaman dan aman ketika membeli makanan di warung Pantai Paal Likupang?

Informan : Mungkin dari faktor lingkungannya, kalau yang saya lihat di beberapa warung ada yang mempunyai hewan peliharaan anjing. Tetapi biarpun pedagangnya mempunyai peliharaan anjing, mereka mengurungnya. Sehingga dalam area memasak atau area transaksi, wisatawan muslim merasa aman dan nyaman.

#### 4. Transkrip wawancara peneliti dengan Wisatawan Muslim

Nama : Putra Djamalo

Tanggal : 18 Mei 2024

Peneliti : Motivasi berkunjung ke pantai paal likupang timur ?

Informan : Saya datang kesini karena kawasan wisata pantai pall likupang sempat viral akan keindahan pantainya. Kebetulan juga saya liburan di kota manado, dan ada teman saya yang orang likupang memberikan rekomendasi tempat wisata yang bagus.

Peneliti : Berapa kali berkunjung ke pantai paal likupang timur ?

Informan : Baru pertama kali ini saya mengunjungi pantai pall likupang.

Peneliti : Apakah anda mengetahui bahwa pedagang di pantai paal likupang timur merupakan seorang non muslim?

Informan : Saya tidak tau, saya juga tidak melihat pedagang yang memakai hijab.

Peneliti : Bagaimana tanggapan anda mengenai produk yang dijual pedagang non muslim di pantai paal likupang?

- Informan : Menurut saya, kalau untuk makanannya sendiri enak, saya juga lihat di menu mereka tidak ada menu yang non halal. Apalagi makanan yang identik disini yaitu pisang goroho, di setiap warung makan disini pasti ada yang jual pisang goroho.
- Peneliti : Apa yang anda ketahui terkait label halal atau kriteria kehalalan suatu produk?
- Informan : Kalau kriteria kehalalan yang saya tau kayak makanan yang tidak mengandung babi, hewan bertaring, minuman beralkohol. Dilihat juga dari bahan yang berasal dari hewan yang halal serta disembelih sesuai syariat Islam.
- Peneliti : Apakah anda memperhatikan label halal ketika membeli produk yang di jual di Pantai Paal Likupang?
- Informan : Iya pastinya sebagai umat muslim tentunya kita harus memperhatikan kehalalan suatu produk, karena kalau misalnya kita lapar pasti belinya popmie. Kebetulan saya juga bawa makanan yang dibeli diperjalanan tadi untuk makan di pantai. Saya juga pesan pisang goroho di warung makan sini, dilihat dari lingkungan di area warung bersih dan higienis, jadi saya berani untuk membeli makanan di warung tersebut.
- Peneliti : Menurut pendapat anda, apakah dibutuhkan label halal pada produk yang dijual di Pantai Paal Likupang
- Informan : Sangat penting dicantumkan penanda bahwa warung ini hanya menjual makanan halal, biarpun hanya logo halal yang tidak resmi. Agar wisatawan muslim merasa aman membeli produk di warung-warung kawasan pantai pall likupang. Mulai dari area berbelanja yang bersih, cara penyajiannya yang bagus sudah sebagian menunjukkan bahwa makanan yang dijual halal dan higienis.

- Peneliti : Dari faktor apa saja yang membuat anda merasa nyaman dan aman ketika membeli makanan di warung Pantai Paal Likupang?
- Informan : Dari faktor pengalaman wisatawan lain. Saya tanya beberapa wisatawan yang sudah banyak kali berkunjung ke Pantai Pall Likupang dan kebetulan teman saya juga tinggal di likupang, jadi mereka menjamin kehalalan produk yang dibuat di warung-warung area Pantai Pall Likupang.

#### 5. Transkrip wawancara peneliti dengan Wisatawan Muslim

Nama : Widya Mangaliri

Tanggal : 18 Mei 2024

Peneliti : Motivasi berkunjung ke pantai paal likupang timur ?

Informan : Motivasi saya berkunjung ke pantai paal likupang timur tentunya untuk rekreasi liburan dan berfoto karena pantainya yang indah.

Peneliti : Berapa kali berkunjung ke pantai paal likupang timur ?

Informan : Seingat saya, sudah sekitar 5 kali saya ke pantai paal likupang timur.

Peneliti : Apakah anda mengetahui bahwa pedagang di pantai paal likupang timur merupakan seorang non muslim?

Informan : Tidak, saya tidak mengetahui hal tersebut.

Peneliti : Bagaimana tanggapan anda mengenai produk yang dijual pedagang non muslim di pantai paal likupang?

Informan : Menurut saya tidak mengapa, selama tidak merugikan beberapa pihak (jujur memberikan informasi jika produk yang mereka jual tidak bisa dikonsumsi oleh orang muslim).

Peneliti : Apa yang anda ketahui terkait label halal atau kriteria kehalalan suatu produk?

- Informan : Yang saya ketahui sesuatu yang dilabeli halal memudahkan orang-orang beragama muslim untuk mengetahui bahwa produk yang mereka gunakan atau mereka konsumsi halal untuk mereka dan sejauh ini yang saya ketahui label halal yang bisa dipercaya dan yang bisa saya terima hanya jika sudah terdaftar MUI, karena ada beberapa oknum saat ini yang menjual sesuatu dan melabeli tulisan “halal” tapi nyatanya kehalalan tersebut tidak bisa dipertanggungjawabkan.
- Peneliti : Apakah anda memperhatikan label halal ketika membeli produk yang di jual di Pantai Paal Likupang?
- Informan : Iya, saya memperhatikan label halal ketika membeli produk disana.
- Peneliti : Menurut pendapat anda, apakah dibutuhkan label halal pada produk yang dijual di Pantai Paal Likupang
- Informan : Iya, sangat dibutuhkan. mengingat banyak pengunjung pantai paal yang berkunjung dari berbagai daerah dan beragam agama. Dan juga pantai paal tersebut jauh dari perkotaan dimana lumayan sulit untuk mendapatkan banyak produk yang terjamin kehalalannya .
- Peneliti : Dari faktor apa saja yang membuat anda merasa nyaman dan aman ketika membeli makanan di warung Pantai Paal Likupang?
- Informan : Menurut saya, saya merasa nyaman ketika membeli makanan yang bersih dengan tempat jualan yang bersih dan tentunya yang melabeli halal MUI pada produknya, jika tidak ada label MUI saya akan mempertimbangkan dengan melihat penjual apakah menggunakan hijab, dan bila perlu saya akan bertanya apakah produk yang mereka jual halal dan bisa dikonsumsi oleh beragama muslim, selain itu saya akan memperhatikan tempat



jualan tersebut apakah terdapat sesuatu yang meyakinkan saya untuk membeli produk mereka misalnya terdapat kaligrafi atau apapun yang membuat saya yakin bahwa penjual beragama muslim dan terakhir saya merasa aman dan nyaman jika tidak terdapat hewan di tempat jualan tersebut (mengingat beberapa kali saya berkunjung kesana, saya melihat ada beberapa anjing yang berkeliaran di sekitar pantai dan tempat – tempat jualan).

#### 6. Transkrip wawancara peneliti dengan Wisatawan Muslim

Nama : Intan Umar

Tanggal : 18 Mei 2024

Peneliti : Motivasi berkunjung ke pantai paal likupang timur ?

Informan : Liburan di pantai.

Peneliti : Berapa kali berkunjung ke pantai paal likupang timur ?

Informan : Sudah dua kali datang berkunjung disini.

Peneliti : Apakah anda mengetahui bahwa pedagang di pantai paal likupang timur merupakan seorang non muslim?

Informan : Tidak tau

Peneliti : Bagaimana tanggapan anda mengenai produk yang dijual pedagang non muslim di pantai paal likupang?

Informan : Kalau untuk produk-produknya, yang saya lihat para pedagang banyak yang menjual makanan ringan, ada juga beberapa yang menjual makanan berat seperti ikan bakar.

Peneliti : Apa yang anda ketahui terkait label halal atau kriteria kehalalan suatu produk?

Informan : Yang saya tau, produk-produk yang dari bahan sampai proses pembuatannya tidak mengandung unsur-unsur yang haram.

Peneliti : Apakah anda memperhatikan label halal ketika membeli produk yang di jual di Pantai Paal Likupang?

- Informan : Tidak terlalu memperhatikan, hanya saja yang penting makanan itu masih makanan ringan, jadi aman saja untuk dimakan.
- Peneliti : Menurut pendapat anda, apakah dibutuhkan label halal pada produk yang dijual di Pantai Paal Likupang
- Informan : Boleh juga diberikan label halal di produk para pedagang warung disini, supaya wisatawan khususnya wisatawan muslim lebih merasa aman kalau beli produk makanan atau minuman disini.
- Peneliti : Dari faktor apa saja yang membuat anda merasa nyaman dan aman ketika membeli makanan di warung Pantai Paal Likupang?
- Informan : Saya lihat para pedagang disini ramah-ramah jadi yang tadinya tidak ada minat mau beli makanan, jadi minat membeli makanan karena sikap dan pelayanan dari pedagang disini yang ramah, banyak juga wisatawan khususnya wisatawan muslim juga banyak yang membeli produk makanan dari para pedagang disini jadi aman-aman saja.

#### 7. Transkrip wawancara peneliti dengan Wisatawan Muslim

- Nama : Ibu Dewi
- Tanggal : 25 Mei 2024
- Peneliti : Motivasi berkunjung ke pantai paal likupang timur ?
- Informan : Liburan bersama keluarga di pantai, sudah lama kami tidak ke pantai.
- Peneliti : Berapa kali berkunjung ke pantai paal likupang timur ?
- Informan : Pertama kalinya saya ke pantai paal likupang.
- Peneliti : Apakah anda mengetahui bahwa pedagang di pantai paal likupang timur merupakan seorang non muslim?

- Informan : Tidak tahu, karena pertama kali juga kesini jadi tidak terlalu memperhatikan.
- Peneliti : Bagaimana tanggapan anda mengenai produk yang dijual pedagang non muslim di pantai paal likupang?
- Informan : Kalau dilihat, rata-rata pedagang disini jual makanan atau minuman kemasan, seperti popmie, aqua. Jadi masih aman untuk kita wisatawan muslim
- Peneliti : Apa yang anda ketahui terkait label halal atau kriteria kehalalan suatu produk?
- Informan : Selagi produk tersebut tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang dalam Al-Qur'an, bisa dikatakan halal.
- Peneliti : Apakah anda memperhatikan label halal ketika membeli produk yang di jual di Pantai Paal Likupang?
- Informan : Tidak terlalu perhatikan, karena kalau dipantai kan tentunya para pedagang hanya menjual makanan kemasan.
- Peneliti : Menurut pendapat anda, apakah dibutuhkan label halal pada produk yang dijual di Pantai Paal Likupang
- Informan : Boleh juga, agar wisatawan tau yang mana produk-produk yang halal.
- Peneliti : Dari faktor apa saja yang membuat anda merasa nyaman dan aman ketika membeli makanan di warung Pantai Paal Likupang?
- Informan : Biasanya saya lihat dulu menu-menunya di warung makan, kalau dalam menu makanannya aman-aman, baru saya beli makanannya.

## 8. Transkrip wawancara peneliti dengan Wisatawan Muslim

Nama : Bapak Tio

Tanggal : 25 Mei 2024

Peneliti : Motivasi berkunjung ke pantai paal likupang timur ?

Informan : Liburan disini karena lihat fasilitas pantainya lengkap

Peneliti : Berapa kali berkunjung ke pantai paal likupang timur ?

Informan : Sudah dua kali saya berkunjung.

Peneliti : Apakah anda mengetahui bahwa pedagang di pantai paal likupang timur merupakan seorang non muslim?

Informan : Tidak tau juga, soalnya rata-rata pedagang disini memang penduduk asli dari likupang.

Peneliti : Bagaimana tanggapan anda mengenai produk yang dijual pedagang non muslim di pantai paal likupang?

Informan : Insya Allah aman-aman untuk kita konsumsi, yang dijual juga makanan yang tidak mengandung hal-hal yang haram.

Peneliti : Apa yang anda ketahui terkait label halal atau kriteria kehalalan suatu produk?

Informan : Kalau untuk produknya sendiri, palingan yang tidak mengandung unsur-unsur haram, seperti alkohol atau babi.

Peneliti : Apakah anda memperhatikan label halal ketika membeli produk yang di jual di Pantai Paal Likupang?

Informan : Tidak perhatikan, karena biasa kalau kesini yang dibeli cuman popmie, kadang beli makanan berat.

Peneliti : Menurut pendapat anda, apakah dibutuhkan label halal pada produk yang dijual di Pantai Paal Likupang

Informan : Boleh saja, untuk jaga-jaga supaya wisatawan muslim merasa aman berbelanja.

Peneliti : Dari faktor apa saja yang membuat anda merasa nyaman dan aman ketika membeli makanan di warung Pantai Paal Likupang?

Informan : Waktu pertama kali saya membeli makanan di warung, saya minta rekomendasi dari penjaga pantai, dimana kira-kira warung yang menjual makanan di pantai.

**Lampiran III:**

**Dokumentasi Penelitian**



Wawancara bersama Pedagang Pantai Paal Likupang, Noviaus Tatara



Wawancara bersama Pedagang Pantai Paal Likupang, Martha Sikendo



Wawancara bersama Wisatawan Muslim Pantai Paal Likupang, Nurdila



Wawancara bersama Wisatawan Muslim Pantai Paal Likupang, Putra Djamalo



Wawancara bersama Wisatawan Muslim Pantai Paal Likupang, Widya  
Mangaliri



Wawancara bersama Wisatawan Muslim Pantai Paal Likupang, Intan Umar



Wawancara bersama Wisatawan  
Muslim Pantai Paal Likupang,  
Ibu Dewi

Wawancara bersama Wisatawan  
Muslim Pantai Paal Likupang,  
Bapak Tio



## Lampiran IV:

### Daftar Riwayat Hidup

Nama	: Zulfikar Lapepo	
Tempat, Tanggal Lahir	: Likupang, 05 Januari 2002	
Jenis Kelamin	: Laki-laki	
Umur	: 21 Tahun	
Alamat	: Desa Likupang II, Jaga IV, Kecamatan Likupang Timur, Kabupaten Minahasa Utara, Provinsi Sulawesi Utara	
Agama	: Islam	
Status	: Belum Menikah	
Hobi	: Olahraga Sepak Bola, Catur dan Badminton	
E-Mail	: Zulfikar.lapepo@iain-manado.ac.id	
No. Hp	: 081243043402	
Nama Ayah	: Ahmad Lapepo	
Nama Ibu	: Chuzaima Farida Anggaleda	
Riwayat Pendidikan	: SD Inpres Likupang II	
	: SMP Negeri 1 Likupang	
	: SMKS Likupang	
	: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado	