

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**PERSEPSI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP SERTIFIKAT HALAL
DI PT. JAYA NIKA PERMATA (VANHOLLANO BAKERY)
DI KOTA PEKANBARU**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Sebagian dari Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Islam Riau*



OLEH :

MUHAMMAD HATTA
NPM : 142310199

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2019

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa ini

Nama : Muhammad Hatta

NPM : 142310199

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano bakery) di Kota Pekanbaru.

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi yang saya buat benar hasil karya dan dapat dipertanggung jawabkan bila kemudian hari ternyata skripsi yang saya buat adalah **Plagiat** dari orang, dan saya bersedia ijazah saya dicabut oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Pekanbaru 8 Agustus
Yang membuat pernyataan



Muhammad hatta
NPM. 142310199



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

Jl. Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan 28284; Pekanbaru, Riau, Indonesia

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT
No. 30/A-EKIS/FAI-UIR/XI/2019

Ketua Program Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama	Muhammad Hatta
NPM	142310199
Program Studi	Ekonomi Syariah

Judul Skripsi: **PERSEPSI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP SERTIFIKAT HALAL PT. JAYA NIKA PERMATA (VANHOLLANO BAKERY) DI KOTA PEKANBARU.**

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 30% pada setiap sub bab naskah skripsi yang disusun. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk pengurusan surat keterangan bebas pustaka.

Pekanbaru, 26 November 2019
Ketua Prodi Ekonomi Syariah,

Boy Syamsul Bakhri, S.E., M.Sc., Ak
NIDN. 1012097002

LEMBARAN PERSEMBAHAN

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Saya ucapkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan tulisan ini sehingga saya bisa meraih gelar sarjana, karena izin Nya saya bisa sampai sejauh ini.

Terima kasih kepada orang tercinta yaitu kedua orang tua saya, Ibu Samsidar dan Ayah Pajar yang telah memberikan semangat dan dorongan. Alhamdulillah akhirnya anakmu dapat menyelesaikan kuliah dengan baik. Dan terima kasih juga kepada abang kandung saya Muslim Amd, Spd.I, Bukhori, Abu Anas dan kakak saya Jumaini yang juga selalu memberikan support hingga saya bisa mencapai gelar sarjana ini.

Terima kasih kepada Dosen Pembimbing Ibuk Dr. Daharmi Astuti,Lc.M.Ag dan Bapak Zulfadli Hamzah, M.IFB yang telah membantu dan membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini dan juga terima kasih kepada bapak Boy Syamsul Bahkri,SE,M.Sc,Ak selaku ketua prodi Ekonomi syariah yang telah memberikan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini. Dan terima kasih juga kepada seluruh Dosen Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau yang telah memberikan Ilmu yang bermanfaat kepada saya.

Terima kasih kepada kepada teman teman saya Doni Asmaldi, Anggi Sadewo, SE, M.Arif Harfiyanto, SE, Fitrayana payabadar, SE,dan yang special Lili Tampi Mayangsari, SH dan teman teman yang tak bisa sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan semangat hingga sampai sejauh ini.

Wassalau'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Muhammad Hattta

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kemampuan dan kesempatan untuk menyelesaikan penulis proposal ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau. Selanjutnya shalawat dan salam juga penulis hadiahkan kepada junjungan alam yakni Nabi Muhammad Saw yang telah mengajarkan nilai tauhid dan jalan kebenaran kepada umat-Nya.

Alasan peneliti mengangkat judul ini dengan adanya ketentuan-ketentuan yang berlaku dalam agama Islam sedikit banyak berpengaruh dalam masalah keamanan maupun kehalalan tentang suatu produk pangan. Kehalalan suatu produk pangan yang beredar di pasaran haruslah mematuhi peraturan pemerintah yang telah ditetapkan. Baik itu pemerintah luar maupun dalam negeri sudah banyak mencanangkan program tentang kehalalan suatu produk pangan. Kehalalan suatu produk pangan termasuk menjadi syarat utama yang menjadi pertimbangan oleh konsumen yang beragama muslim.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan proposal ini. Dengan keterbatasan kemampuan dan cakrawala berpikir serta keterbatasan waktu dan kesempatan, akhirnya penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan judul: **“Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal di PT.Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) di Kota Pekanbaru”**.

Dalam penulisan ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, petunjuk, dan dorongan secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Rektor Universitas Islam Riau, Bapak Prof. Dr. Syafrinaldi SH, MCL
2. Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau, Bapak Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy
3. Ketua Program Studi Ekomomi Syariah, Bapak Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak
4. Dosen Pembimbing Ibu Dr. Hj. DaharmiAstuti, Lc, MA dan Dosen Pembimbing Bapak Zulfadli Hamzah, BIFB,MIFB ,yang penuh kesabaran memberikan arahan, bimbingan, saran, dan nasehat kepada penulis dalam penulisan proposal ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen serta karyawan/I Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

Akhir kata, penulis berdo'a kepada Allah SWT, semoga arahan dan bimbingan yang telah diberikan menjadi ibadah serta mendapatkan pahala yang berlipat ganda dari-Nya. Amin Ya Rabbal 'Alamin.

Pekanbaru, Juli 2019

Penulis

Muhammad Hatta
NPM : 142310199

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Pembatasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Persepsi Konsumen	8
1. Pengertian Persepsi	8
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	9
3. Proses Terjadinya Persepsi	12
B. Perilaku Konsumen Muslim	13
1. Pengertian Konsumen Muslim.....	13
2. Persepsi dan Prilaku Konsumen	14
3. Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Halal	14
C. Sertifikat Halal.....	16
1. Ketentuan Sertifikat Halal	16
2. Sistem dan Prosedur Penetapan Produk Halal.....	21
3. Ketentuan Administrasi untuk Pengajuan Sertifikasi Halal	24
4. Jenis Makanan yang Halal dan Haram	24
D. Penelitian Relevan	26
E. Konsep Operasional.....	28

F. Kerangka Konseptual	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	30
B. Tempat dan Waktu Penelitian	30
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	31
D. Populasi dan Sampel.....	31
1. Populasi	31
2. Sampel	31
E. Sumber Data Penelitian	33
F. Teknik Pengumpulan Data	35
G. Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	39
B. Identitas Responden	49
C. Hasil Penelitian	52
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	52
B. Saran	52
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

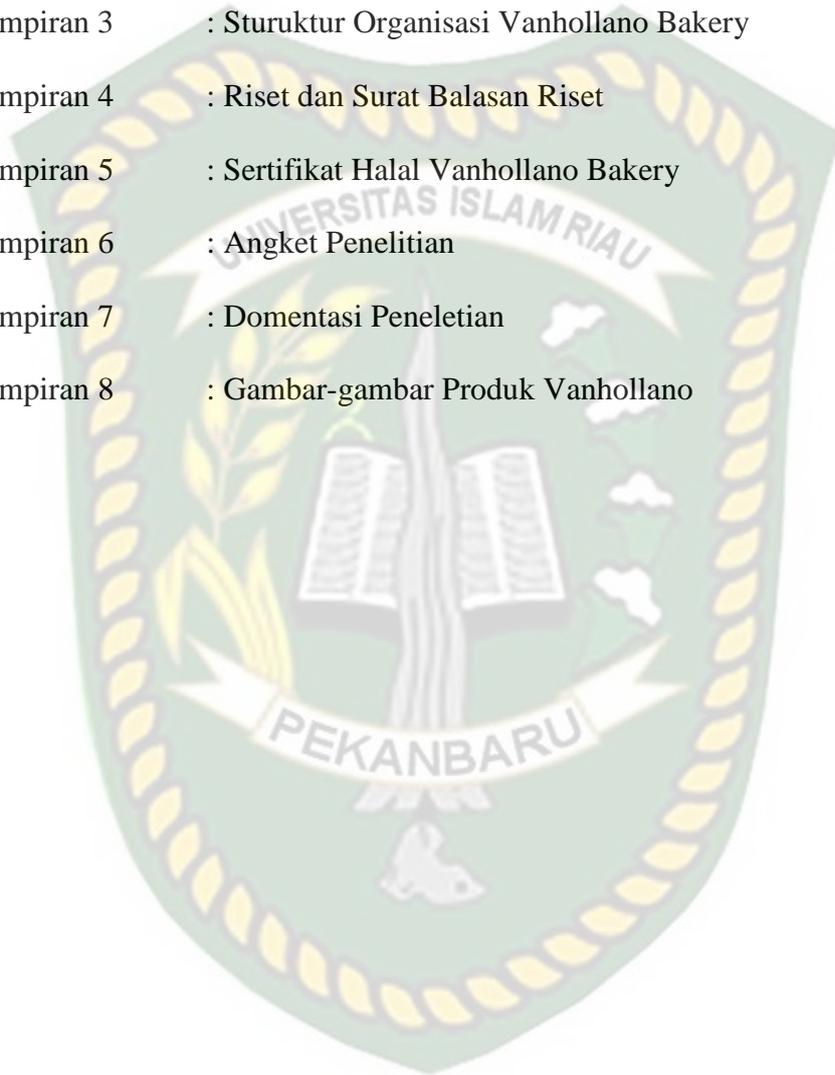
Tabel 1 :Jumlah Penduduk yang Beragama Islam di Kota Pekanbaru	4
Tabel 2 : Jumlah Outlet Vanhollano Bakery di Kota Pekanbaru	6
Tabel 3 : Konsep Operasional	30
Tabel 4 : Jenis dan Jadwal Kegiatan Penelitian.....	31
Tabel 5 : Kategori Skor	38
Tabel 6 : Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 7 : Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	51
Tabel 8 : Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	52
Tabel 9 : Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Umur	52
Tabel 10: Rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai faktor eksternal dalam persepsi konsumen muslim terhadap sertifikat halal di PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery)	53
Tabel 11: Rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai faktor Internal dalam persepsi konsumen muslim terhadap sertifikat halal di PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery)	54
Tabel 12` : Rekapitulasi Perhitungan Data Angket.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : KerangkaKonseptual	30
Gambarb 2 : Struktur Organisasi PT. Jaya Nika Permata.....	47
Gambar 3 : Diagram Lingkaran Faktor Internal	53
Gambar 4 : Hasil Skor Penelitian Pada Garsi Kontinum	54
Gambar 5 : Diagram Lingkaran Faktor Eksternal.....	55
Gambar 6 : Hasil Skor Penelitian Pada Garsi Kontinum.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Tabulating Hasil Penelitian
- Lampiran 2 : Surat Keputusan Dosen Pembimbing
- Lampiran 3 : Sturuktur Organisasi Vanhollano Bakery
- Lampiran 4 : Riset dan Surat Balasan Riset
- Lampiran 5 : Sertifikat Halal Vanhollano Bakery
- Lampiran 6 : Angket Penelitian
- Lampiran 7 : Domentasi Peneletian
- Lampiran 8 : Gambar-gambar Produk Vanhollano



ABSTRAK

PERSEPSI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP SERTIFIKAT HALAL PT. JAYA NIKA PERMATA (VANHOLLANO BAKERY) DIKOTA PEKANBARU

MUHAMMAD HATTA

142310199

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena persepsi masyarakat Kota Pekanbaru yang masih beranggapan bahwasannya produk roti yang dijual di PT.Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) masih belum bersertifikat halal. Konsumen Vanhollano Bakery tidak semuanya beragama islam ada juga non muslim, sehingga status labelisasi halal menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen muslim. Untuk itu peneliti ingin meneliti bagaimana persepsi konsumen muslim terhadap sertifikat halaldi PT.Jaya Niuka Permata (Vanhollano Bakery) di Kota Pekanbaru. Penelitian ini bersifat deskriptif dan data digunakan ialah data primer dan sekunder . Pengumpulan data primer dilakukan melalui angket dan disebarakan kepada konsumen yang membeli produk roti, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal , internet dan media media lainnya. Metode analisis yang digunakan adalah metode stastistic deskriptif yaitu penyajian data dengan tabel,grafik,diagram lingkaran dan persentase kemudian dideskriptifkan (dipaparkan). Populasi dalam penetian ini sebanyak 762.609 orang dan sampel sebanyak 100 orang. Hasil penelitian diketahui mengenai indikator faktor eksternal dalam persepsi konsumen muslim terhadap sertifikat halal PT.Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) dalam kategori sangat setuju dengan persensatse 47,8%. Hal ini menandakan bahwa faktor eksternal yang diberikan oleh Vanholano Bakery dapat meningkat persepsi positif konsumen muslim dalam membelli produknya. Mengenai indikator faktor internal dalam persepsi konsumen muslim terhadap sertifikat halal di PT.Jay Nika Permata (Vanhollano Bakery) dalam Kategori Setuju dengan persentase 25,4%. Hal ini menandakan bahwa dalam membeli produk konsumen lebih selektif untuk menilai layak atau tidak layaknya untuk dikonsumsi terutama melihat dari label halalnya.

Kata Kunci: Persepsi, Konsumen Muslim, Sertifikat Halal

ABSTRACT

THE PERCEPTION OF MUSLIM CONSUMERSS ON HALAL CERTIFICATE AT PT. NIKA PERMANA (VANHOLLANO BAKERY) PEKANBARU

MUHAMMAD HATTA

142310199

This reseach was motivated by the phenomenon of societies perception that think breadss that sold at PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) is still does not have halal certificate. The consumerss of Vanhollano bakery are not totally muslim, so it makes the labelization status of halal become the consideration for muslim. Because this reasons, the reseacher was interested to do this reseach about on how the perception of muslim consumers on halal certificate at PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) Pekanbaru. This is descriptive reseach and used primary and secondary data. The primary data was collected by questionnaire and distributed to the consumers that bought breads while the secondary data was obtained from book, journal,internet and other resources. The analyzis method that used was statistical descriptive means the data presentation by using table, graph, pie chart, and percentage then presented. Population in this reseach were 762.609 with the total sample were 100 people. The result of this reseach was known by the indikator of external factors about the perception of muslim consumers on halal certificate at PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) in strongly agree category with the percentage was 47.8%. It means the external factors that given by Vanholano Bakery can increase the positive perception of muslim consumers in buying their products. Dealing with internal factors about the perception of muslim consumerson halal certificate at at PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) was in agree category with the percentage was 25.4%. It means in buying the products, the consumers is more selective to judge whether they are suitable or not to consume, especially from the halal label.

Key words: Perception, Muslim Consumers , Halal Certificate

ملخص

إدراك المستهلكين المسلمين لشهادة الحلال شركة جايا نيكا برماتا (فانهولانو باكيري)
في مدينة باكنبارو

محمد هتا

١٤٢٢٣١٠١٩٩

هذا البحث بخلفية ظاهرة إدراك أهل مدينة باكنبارو الذين مازالوا يفترضون أن منتجات الخبز التي تباع في شركة جايا نيكا برماتا (فانهولانو باكيري) لا تزال غير معتمدة. إن مستهلكي فانهولانو باكيري ليسوا جميعاً مسلمين ولكن يوجد أيضاً غير مسلمين، لذلك يتم وضع العلامات الحلال في الاعتبار بالنسبة للمستهلكين المسلمين. لهذا السبب، يرغب الباحث في دراسة كيفية إدراكات المستهلكين المسلمين لشهادات الحلال في شركة جايا نيكا برماتا (فانهولانو باكيري) في مدينة باكنبارو. هذا البحث وصفي بطبيعته والبيانات المستخدمة هي بيانات أولية وثانوية. يتم جمع البيانات الأولية من خلال استبيان وتوزيعه على المستهلكين الذين يشترون منتجات المحابز، وأما يتم الحصول على البيانات، الثانوية من الكتب والمجلات والإنترنت وغيرها من وسائل الإعلام. الطريقة التحليلية المستخدمة هي طريقة إحصائية وصفية تتمثل في عرض البيانات مع الجداول والرسوم البيانية والمخططات الدائرية والنسب المئوية الموضحة بعد ذلك (موضحة). كان عدد المجتمع في هذا البحث 762609 شخص وعينة من 100 شخص. كشفت نتائج المسح مؤشرات العوامل الخارجية في إدراك المستهلك المسلم نحو شهادة الحلال شركة جايا نيكا برماتا (فانهولانو باكيري) في الفئة أشد الاتفاق مع النسبة المئوية 47.8%. يشير هذا إلى أن العوامل الخارجية التي تقدمها فانهولانو باكيري يمكن أن تزيد من الإدراك الإيجابي للمستهلكين المسلمين في شراء منتجاتهم. فيما يتعلق بمؤشرات العوامل الداخلية في إدراك المستهلكين المسلمين لشهادات الحلال في شركة جايا نيكا برماتا (فانهولانو باكيري) في فئة الاتفاق بنسبة 25.4%. هذا يعني أن المستهلكين أكثر انتقائية في شراء المنتجات للحكم على ما إذا كانت مناسبة أو غير مناسبة للاستهلاك، وخاصة من ملصق حلال.

الكلمات الرئيسية: الإدراك، المستهلكون المسلمون، شهادة الحلال

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam telah mengatur segala aspek kehidupan manusia baik yang berhubungan dengan sang pencipta (*Khaliq*) maupun yang berhubungan dengan aktivitas manusia dalam menjalankan kehidupannya. Hal ini tidak untuk kemungkinan bagi manusia dalam menjalankan system ekonomi, baik itu dalam pembangunan ekonomi maupun dalam hal lainnya. (Syahpawi, 2010:16).

Makanan merupakan keperluan yang penting bagi manusia. Dalam memilih makanan, kebanyakan konsumen lebih mengutamakan cita rasa makanan dan kurang memperdulikan kehalalannya. Sejalan dengan ajaran syariah, Islam konsumen muslim menghendaki agar produk-produk yang akan dikonsumsi terjamin kehalalannya. Oleh karenanya, syariat Islam menaruh perhatian yang sangat tinggi dalam menentukan makanan minuman itu halal, haram, atau meragukan (*syubahat*). (Ali, 2016, No.2, Vol. XVI, hal.1)

Ada beberapa karakteristik dalam ekonomi syariah, salah satunya bimbingan dalam konsumsi. (Bakhri, 2018, No.1, Vol.15, Hal.85). Allah SWT berfirman:

﴿مُبِينٌ عَدُوٌّ لَكُمْ إِنَّهُ الشَّيْطَانُ خُطُوتٍ تَتَّبِعُونَ أَوْ لَا طَيْبًا حَلَلًا أَلَّا رَضِيَ مِمَّا كَلُوا النَّاسُ يَتَأْتِيهَا﴾

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. (Departemen Agama RI, 2011: 25).

Serta di dalam surat Al-Maidahayat 88 Allah SWT menyatakan bahwa :

﴿مُؤْمِنُونَ بِهِ ۖ أَنْتُمْ الَّذِينَ اللَّهُ وَآتَقُوا طَيِّبًا حَلَالًا ۗ اللَّهُ رَزَقَكُمْ مِمَّا وَكُلُوا﴾

Artinya: “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya”.(Departemen Agama RI, 2011: 122).

Hal ini mengungkapkan bahwa seseorang hendaknya mengkonsumsi makanan yang halal serta baik kandungan gizinya. Adanya ketaatan dalam menjalankan apa yang telah ditetapkan oleh Allah SWT merupakan indikasi keimanan hamba kepada Tuhannya. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan, budaya serta teknologi saat ini, maka kebutuhan hidup manusia kian berkembang pula. Kebutuhan akan sandang, pangan, papan, pendidikan dan kesehatan, yang menjadi faktor penting untuk ditinjau kembali. Mengingat banyaknya pengaruh hidup Barat yang masuk menguasai pola pikir masyarakat terhadap suatu *brand*.

Labelisasi halal merupakan label yang menginformasikan kepada konsumen produk yang berlabel tersebut, bahwa produk tersebut benar-benar halal dan bahan-bahan yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produknya, dianggap belum mendapatkan persetujuan oleh lembaga yang berwenang (LPPOM-MUI) untuk diklasifikasikan dalam produk yang halal atau dianggap masih diragukan kehalalannya. (Bulan,2016, Vol.5, No.1, hal.430)

Penelitian ini mengambil data-data masyarakat muslim di Kota Pekanbaru dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil)

kemudian penulis menentukan sampel dari populasi tersebut yaitu sebagai berikut:

Tabel 1: Jumlah Penduduk yang Beragama Islam Kota Pekanbaru Tahun 2017

No	Kecamatan	Agama Islam
1	Sukajadi	39.194
2	Pekanbaru kota	23.748
3	Sail	20.715
4	Lima puluh	26.890
5	Senapelan	27.853
6	Rumbai	47.505
7	Bukit raya	83.190
8	Tampan	153.584
9	Marpoyan Damai	113.824
10	Tenayan Raya	106.942
11	Payung Sekaki	57.580
12	Rumbai Pesisir	61.584
	Total	762.609

Sumber Data: Disdukcapil Kota Pekanbaru 2018

Berdasarkan dari data di atas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk muslim di wilayah kota Pekanbaru berjumlah 762.609 jiwa. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat wajib teliti menilai tentang halal dan tidaknya suatu produk asing cepat saji yang masuk ke dalam kehidupan masyarakat.

Dengan berkembangnya penduduk ini maka akan terjadi pula banyak pengembangan usaha kuliner, salah satunya yaitu Vanhollano Bakery yang merupakan toko roti ternama di Kota Pekanbaru yang telah memiliki banyak outlet. Oleh karena Kota Pekanbaru menjadi kota industri, termasuk industri pangan, maka persepsi terhadap adanya label halal sangat diperlukan mengingat perubahan pola gaya hidup juga akan mempengaruhi pola kebiasaan makan.

Berikut ini adalah tabel jumlah outlet Vanhollano Bakery di Kota

Pekanbaru:

Tabel 2: Jumlah Outlet Vanhollano Bakery di Kota Pekanbaru

No	Nama Outlet	Alamat	Kecamatan
1	VB. Vansquare	Jl. Jend. Sudirman	Pekanbaru Kota
2	VB. Sudirman	Jl. Jend. Sudirman	Sail
3	VB. Panam	Jl. Subrantas	Tampan
4	VB. Harapan Raya	Jl. Imam Munandar	Bukit Raya
5	VB. Marpoyan	Jl. K. Nasution	Bukit Raya
6	VB. Arifin	Jl. Arifin Ahmad	Marpoyan Damai
7	VB. Arengka	Jl. Sm. Amin	Tampan
8	VB. Durian	Jl. DurianS	Payung Sekaki
9	VB. Tambusai	Jl. T. Tambusai	Sukajadi
10	VB. Hangtuah	Jl. Hangtuah	Tenayan Raya
11	VB. Kulim	Jl. Hangtuah	Tenayan raya
12	VB. Rawamangun	Jl. Rawamangun	Bukit Raya
13	VB. Srikandi	Jl. Srikandi	Tampan
14	VB. Tsp	Jl. T. Tambusai	Marpoyan Damai
15	VB. Ska	Jl. T.Tbs (Mall Ska)	Tampan
16	VB. Riau	Jl. Riau	Senapelan
17	VB. Ssk	Bandara Ssk	Marpoyan Damai
18	VB.Yos Sudarso	Jl.Yos Sudarso	Rumbai

Sumber data : Vanhollano Bakery

Berdasarkan tabel diatas Vanhollano Bakery memiliki 18 outlet yang berada di kota Pekanbaru. Produk yang di pasarkan oleh Vanhollano Bakery di setiap outletnya merupakan produk yang di produksi di outlet pusat yang berada di Jl. Jend. Sudirman dengan nama outlet VB. Vansquare dan VB. Sudirman.

Fenomena dari penelitian ini adalah masyarakat saat ini dalam mengkonsumsi produk pangan lebih memperhatikan label kadaluarsa daripada label halal.Kondisi sebagian besar masyarakat Indonesia yang awam tentang halal dan haram pada makanan cenderung bersikap masa bodoh dalam mengkonsumsi berbagai macam produk yang ada di pasaran. Terlebih lagi

sosialisasi tentang produk berlabel halal masih sangat kurang. Artinya hanya sebagian orang saja yang memang sadar akan pentingnya label halal tersebut yang akan mencari tahu status kehalalan produk yang dikonsumsinya.

Konsumen Vanholano Bakery tidak semuanya beragama Islam ada juga yang non muslim, sehingga status labelisasi halal pada produk menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen muslim.

Sejak berdiri Vanhollano Bakery, konsumennya terbagi bermacam-macam golongan atau pun umur baik pelajar, anak-anak dan orang tua. Dikarenakan produk-produk yang ditawarkan Vanhollano Bakery sesuai dengan kebutuhan konsumen, Vanhollano Bakery selalu menjaga kualitas rasa dan pelayanan. Sehingga kepercayaan konsumen pada produk yang ditawarkan semakin meningkat.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis memutuskan untuk membuat penelitian yang berjudul: **Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal di PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) di Kota Pekanbaru.**

B. Pembatasan Masalah

Penelitian ini penulis melakukan pembatasan masalah pada konsumen muslim PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) di Kota Pekanbaru.

C. Perumusan Masalah

Dari penjelasan pembatasan masalah di atas maka rumusan masalah yang ingin penulis teliti adalah, Bagaimana persepsi konsumen terhadap sertifikat halal di PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) di Kota Pekanbaru.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang penulis teliti adalah untuk mengetahui persepsi dari konsumen muslim terhadap sertifikat di PT Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) di Kota Pekanbaru.

E. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Secara ilmiah temuan penelitian ini berguna untuk mensosialisasikan tentang bagaimana persepsi konsumen terhadap sertifikat halal di PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) di Kota Pekanbaru.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan wawasan untuk pendalaman sertifikat halal di PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) di Kota Pekanbaru.
- c. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi penelitian selanjutnya tentang persepsi konsumen terhadap sertifikat halal di PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) di Kota Pekanbaru.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini jumlah bab yang digunakan adalah sebanyak lima bab yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang masalah; pembatasan masalah; perumusan masalah; tujuan penelitian; kegunaan penelitian; dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisi tentang konsep halal dan haram yang terdiri dari; pengertian halal; jenis-jenis makanan halal dan haram; dan persepsi konsumen muslim yang terdiri dari; halal; labelisasi halal; brand; brand image; minat beli; keputusan pembelian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini, menjelaskan tentang jenis penelitian; tempat dan waktu penelitian; subjek dan objek penelitian; sumber data penelitian; teknik pengumpulan data; teknik pengolahan data; dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang tinjauan umum Kota Pekanbaru; deskriptif data; analisis data; dan pemahaman hasil temuan.

BAB V: KESIMPULAN

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persepsi Konsumen

1. Pengertian Persepsi

Menurut Mc Shane dan Von Glinow (2010) persepsi merupakan proses menerima informasi membuat pengertian tentang dunia sekitar kita. Hal tersebut memerlukan pertimbangan informasi mana perlu diperhatikan, bagaimana mengkategorikan informasi, dan bagaimana menginterpretasikan dalam kerangka kerja pengetahuan kita yang telah ada. Pendapat lain mengemukakan Robihin dan Judge (2011) bahwa persepsi adalah suatu proses dengan individual mengorganisir dan menginterpretasikan tanggapan kesan mereka dengan maksud memberi makna pada lingkungan mereka. Tetapi apa yang kita rasakan dapat berbeda secara substansial dan realitasobjektif (Wibowo, 2013: 59-60).

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala sekitarnya. Persepsi mengandung pengertian yang sangat luas, menyangkut intern dan ekstern. Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa persepsi merupakan proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan, masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. (Priansa, 2017:147)

Persepsi merupakan proses pengolahan mental secara sadar terhadap stimulus sensori. Definisi lain persepsi adalah stimulus yang diindera individu, diorganisasikan kemudian diinterpretasikan sehingga individu menyadari, mengerti apa yang di indera. Persepsi dapat diartikan sebagai diterimanya ransangan melalui panca indera dengan didahului oleh perhatian sehingga individu mampu mengetahui, mengartikan dan mengahayati tentang hal yang diamati, baik yang ada diluar maupun di dalam individu. (Astuti,2018,No. 1 ,Vol. 1 ,Hal. 15)

2. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Ada dua faktor yang mempengaruhi persepsi menurut Miftah Thoha (2015: 149-156)

a. Faktor-faktor perhatian dari luar

Adapun faktor-faktor dari luar yang terdiri dari pengaruh-pengaruh lingkungan luar antara lain: intensitas, ukuran, pengulangan, gerakan, dan hal-hal yang baru

1) Intensitas

Prinsip intensitas dari suatu perhatian dapat dinyatakan bahwa semakin besar intensitas stimulus dari luar, layaknya semakin besar pula hal- hal itu dapat dipahami (*to be perceived*).

2) Ukuran

Faktor ini sangat dekat dengan prinsip intnsitas di atas. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besar ukuran suatu obyek, maka semakin mudah untuk bisa diketahui atau dipahami.

3) Pengulangan

Dalam prinsip ini dikemukakan bahwa stimulus dari luar yang diulang akan memberikan perhatian yang lebih besar dibandingkan dengan yang sekali dilihat.

4) Gerakan

Prinsip gerakan ini menyatakan bahwa orang akan memberikan banyak perhatian terhadap obyek yang bergerak dalam jangkauan pandangannya dibandingkan dari obyek yang diam. Persepsi ditimbulkan dari proses penarikan sesuatu obyek, dan obyek yang bergerak akan lebih banyak menarik perhatian seseorang dibandingkan dengan obyek yang diam (*stationary object*).

5) Kebaruan

Prinsip ini menyatakan bahwa bak situasi eksternal yang baru maupun yang sudah dikenal dapat dipergunakan sebagai penarik perhatian.

b. Faktor-faktor dari dalam (*Internal set factors*)

Beberapa faktor dari dalam diri seseorang yang mempengaruhi proses seleksi persepsi antara lain: pemahaman (*learning*), motivasi, dan kepribadiannya.

1) Pemahaman (*learning*)

Semua faktor-faktor dari dalam yang membentuk adanya perhatian kepada sesuatu obyek sehingga menimbulkan adanya persepsi adalah didasarkan dari kekomplekan kejiwaan seperti yang diuraikan. Kekomplekan kejiwaan ini selaras dengan proses pemahaman atau

belajar (*learning*) dan motivasi yang dipunyai oleh masing-masing orang.

2) Motivasi

Faktor dari dalam lainnya yang juga menentukan terjadinya persepsi antara lain motivasi dan kepribadian. Walaupun motivasi dan kepribadian pada dasarnya tidak bisa dipisahkan dari proses belajar, tetapi keduanya juga mempunyai dampak yang amat penting dalam proses pemilihan persepsi.

3) Kepribadian

Dalam membentuk persepsi unsur ini amat erat hubungannya dengan proses belajar dan motivasi yang dibicarakan di atas, yang mempunyai akibat tentang apa yang diperhatikan dalam menghadapi suatu situasi.

3. Proses Terjadinya Persepsi

Persepsi merupakan proses yang kompleks. Seringkali terjadi dimana pesan yang satu tidak berhubungan dengan pesan yang akhirnya memasuki otak konsumen karena itu memahami proses persepsi sangat penting bagi pemasar agar dapat menciptakan komunikasi yang efektif dengan konsumen. Secara etimologi persepsi berasal dari bahasa latin *perception* yang berarti menerima atau mengabsorpsi. Persepsi adalah suatu proses dengan mana berbagai stimuli dipilih, diorganisasi dan diinterpretasi menjadi informasi yang bermakna. Stimuli adalah input dari obyek tertentu yang

dilihat oleh konsumen melalui satu atau beberapa panca inderanya (Ferrinadewi, 2008: 42).

B. Perilaku Konsumen Muslim

1. Pengertian Perilaku Konsumen Muslim

Perilaku konsumen muslim didefinisikan sebagai tingkah laku konsumen muslim dalam melakukan konsumsi untuk memaksimalkan masalah. Islam sangat memperhatikan kualitas dan kesucian komoditas konsumsi yang termanifestasi dalam Al-Qur'andan Hadist, karena itu kepuasan (kesejahteraan) seorang konsumen muslim sangat ditentukan oleh kadar kehalalan dan keharaman komoditas konsumsi. Ketika seorang konsumen muslim dihadapkan pada pilihan komoditas halalharam, maka sebagai muslim dia harus mengambil keputusan untuk membeli dan menggunakan komoditas halal saja agar dapat meraih masalah secara optimal. Artinya ketika seorang muslim memiliki pendapatan yang sudah dikurangi dengan pengeluaran di jalan Allah SWT, maka seluruh pendapatannya itu harus dibelanjakan hanya untuk komoditas halal (*corner solution*) (Elvira, 2016, Vol 4, No 2, Hal 178).

2. Persepsi dan Perilaku Konsumen

Stimuli setiap orang dalam melihat setiap objek bisa berbeda beda. Perbedaan tersebut yang berbeda-beda melahirkan beragam persepsi. Setiap persepsi dimiliki oleh setiap orang bisa menjadi sangat subjektif itu dianggap sebagai sesuatu yang wajar. Kondisi dan situasi dimana seseorang

berada membentuk dan mempengaruhi pola pikir yang dimiliki oleh orang tersebut yang selanjutnya ikut mempengaruhi penilaian dirinya dalam melihat setiap produk.

Konsumen saat ini menjadi begitu cerdas disebabkan karena memperoleh berbagai informasi yang diterima dari berbagai media cetak dan elektronik. Harus diakui jika keberadaan media elektronik begitu besar mempengaruhi pembentukan pola pikir seseorang dalam melihat suatu produk. Dengan kata lain informasi membentuk dan mengubah pola pikir setiap orang serta membangun ransangan yang akhirnya membentuk persepsi dalam menilai setiap produk. (Fahmi, 2016:12)

Perilaku konsumen yaitu tingkah laku konsumen di pasaran dalam menentukan pilihan (preferensi) terhadap barang yang akan dibelinya. Perilaku konsumen terjadi karena pendapatan yang terbatas, sedangkan keinginan untuk mengonsumsi tidak terbatas. Hal ini menyebabkan konsumen lebih selektif lagi dalam memilih barang sesuai keinginan, kemampuan dalam membeli barang dan sesuai apa yang dibutuhkan. Teori perilaku konsumen dimulai dari tiga asumsi dasar preferensi yaitu kelengkapan, dan lebih baik berlebih dari pada kurang. (Azmansyah, Arief, 2017, No.2, Vol.8, Hal.85).

3. Perlindungan Konsumen terhadap Produk Halal

Istilah konsumen menurut A.A Abdurrahman dalam kamus ekonomi perdagangan yang dikutip Ibrahim Idham pada umumnya diartikan seseorang yang menggunakan atau memakai barang atau jasa, bahkan seseorang yang menjabarkan atau mendistribusikan, sedangkan produsen

adalah penghasil barang. Muhammad Abdul Manan mengartikan konsumen dalam perspektif Islam sebagai permintaan, sedangkan produsen sebagai penyedia kebutuhan konsumen. Konsumen dan produsen memiliki hubungan yang erat bahkan saling ketergantungan. Konsumen dalam satu sisi menginginkan produk barang dan jasa yang aman, sehat dan terjangkau kemampuan daya beli. Untuk ini konsumen membutuhkan produsen agar memenuhi kebutuhannya. Sisi lain produsen sebagai penghasil barang, distributor dan sekaligus penjual membutuhkan konsumen sebagai orang atau badan (lembaga) yang mempergunakan produknya. (Azizah, 2017, Vol 10, No. 2, Hal 143)

Dalam Hukum Ekonomi Islam labelisasi dan sertifikasi halal memiliki dasar hukum yang kuat yaitu:

1. “Dasar Yuridis terdapat dalam UUD 1945 pasal 29, pasal 27, pasal 28”.
2. “Dasar perundangan-undangan terdapat dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan”.
3. “Dasar hukum tak tertulis berupa kebiasaan dan budaya umat Islam Indonesia yang memiliki kebiasaan mengkonsumsi makanan halal”.

Konsumen merupakan pemakai barang atau jasa yang disediakan oleh pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. (Arlina, 2018, No.01, Vol.02, Hal.322). Untuk lebih jelasnya pengertian konsumen diatur dalam pasal 1 ayat 2 tentang perlindungan konsumen yang menyebutkan bahwa:

"Konsumen adalah setiap orang pemakai barang/jasa yang tersedia dalam masyarakat baik dalam kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan

C. Sertifikat Halal

1. Ketentuan Sertifikat Halal

Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika (LP POM) Majelis Ulama Indonesia adalah lembaga yang bertugas untuk meneliti, mengkaji, menganalisis, dan memutuskan produk-produk baik pangan dan turunannya, obat-obatan dan kosmetika apakah aman baik dari sisi kesehatan dan sisi agama Islam (yakni halal dan baik untuk dikonsumsi bagi umat Islam) khususnya di wilayah Indonesia, memberikan rekomendasi, merumuskan ketentuan dan bimbingan kepada masyarakat.”³LP POM MUI didirikan atas Keputusan Majelis Ulama Indonesia Nomor: 018/MUI/1989 tanggal 6 Januari 1989 M/26 Jumadil Awal 1409 H”. Adapun tugasnya sebagai berikut:

- a. “Mengadakan inventarisasi, klasifikasi, dan pengkajian terhadap makanan, obat-obatan dan kosmetika yang beredar di masyarakat”
- b. “Mengkaji dan menyusun konsep-konsep yang berkaitan dengan upaya memproduksi dan memperjualbelikan suatu produk, penggunaan makanan, minuman serta obat-obatan yang sesuai dengan ajaran Islam”;

- c. “Mengkaji dan menyusun konsep-konsep yang berkaitan dengan peraturan-peraturan mengenai penyelenggaraan rumah makan, restoran, perhotelan, hidangan dalam pelayaran atau penerbangan, pemotongan hewan serta penggunaan berbagai jenis bahan bagi pengolahan pangan, obat-obatan, khususnya umat Islam harus terjamin kehalalannya”
- d. “Menyampaikan hasil-hasil kajian dan konsep-konsep itu kepada Dewan Pimpinan MUI sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan yang berkaitan dengan pengolahan, jual beli dan penggunaan pangan, obat-obatan dan kosmetik”
- e. “Mengadakan berbagai kegiatan dalam rangka menjalin kerjasama dengan instansi-instansi pemerintahan dan swasta, dalam dan luar negeri”.

Penetapan fatwa tentang kehalalan produk makanan, obat-obatan dan kosmetika dilakukan oleh Komisi Fatwa setelah dilakukan audit oleh LP POM MUI serta melaporkan kepada Komisi Fatwa tersebut. Laporan dari LPPOM MUI kemudian dibawa ke sidang Komisi Fatwa. Komisi Fatwa selanjutnya menetapkan halal atau tidaknya produk tersebut berdasarkan berita acara penelitian yang disampaikan LP POM MUI. Setelah itu dilalui, barulah kemudian dikeluarkan sertifikasi halal kepada produk tersebut. (Chairunnisa,2017,Vol 2 No.2,Hal 64)

Ketentuan adanya sertifikasi halal telah dijelaskan di dalam “Pasal 1 ayat 5 Undang-Undang No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang berbunyi sebagai berikut Jaminan Produk Halal yang selanjutnya disingkat JPH adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan Sertifikat Halal”.

Aspek yang menjadi tinjauan dalam labelisasi halal, yaitu:

a. Proses Pembuatan,

Proses pembuatan atau proses produksi perusahaan yang sudah menggunakan label halal hendaknya harus tetap menjaga hal-hal sebagai berikut:

- 1) Binatang yang hendak dibersihkan, binatang yang sudah mati setelah disembelih.
- 2) Bahan campuran yang digunakan dalam proses produksi tidak terbuat dari barang-barang atau bahan yang haram dan turunannya.
- 3) Air yang digunakan untuk membersihkan bahan hendaklah air mutlak atau bersih dan mengalir.
- 4) Dalam proses produksi tidak tercampur atau berdekatan dengan barang atau bahan yang najis atau haram.

b. Bahan Baku

Utama Bahan baku produk adalah bahan utama yang digunakan dalam kegiatan proses produksi, baik berupa bahan baku, bahan setengah jadi maupun bahan jadi. Sedangkan bahan tambahan produk adalah

bahan yang tidak digunakan sebagai bahan utama yang ditambahkan dalam proses teknologi produksi.

c. Bahan Pembantu

Bahan pembantu atau bahan penolong adalah bahan yang tidak termasuk dalam kategori bahan baku ataupun bahan tambahan yang berfungsi untuk membantu mempercepat atau memperlambat proses produksi termasuk proses rekayasa. Rekayasa genetika adalah suatu proses yang melibatkan pemindahan gen pembawa sifat dari suatu jenis hayati ke jenis hayati lain yang berbeda atau sama untuk mendapatkan jenis baru yang mampu menghasilkan produk pangan yang lebih unggul.

d. Efek

Makanan halal tidak boleh terlepas dari tujuan syariat Islam, yaitu mengambil maslahat dan menolak madharat atau bahaya. Jika menurut kesehatan, suatu jenis makanan dapat membahayakan jiwa, maka makanan tersebut haram dikonsumsi. Sertifikasi dan labelisasi halal bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen, serta meningkatkan daya saing produk dalam negeri dalam rangka meningkatkan pendapatan Nasional.

2. Sistem dan Prosedur Penetapan Produk Halal

Untuk lebih jelasnya, prosedur dan mekanisme penetapan fatwa halal, secara singkat dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. MUI memberikan pembekalan pengetahuan kepada para auditor LP.POM tentang benda-benda haram menurut syari'at Islam.

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

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

Jika, setelah dua tahun terhitung sejak berlakunya Sertifikat Halal, perusahaan bersangkutan tidak mengajukan permohonan (perpanjangan) Sertifikat Halal perusahaan itu dipandang tidak lagi berhak atas sertifikat Halal, dan kehalalan produk-produknya diluar tanggungjawab MUI. Bagi masyarakat yang ingin mendapat informasi tentang produk (perusahaan) yang telah mendapat Sertifikat Halal MUI dan masa keberlakuannya, LP.POM MUI telah menerbitkan Jurnal Halal.

3. Jenis Makanan yang Halal dan Haram

Dalam Al-Qur'an Allah SWT telah berfirman di dalam Surah Al-Baqarah [2]: 168

﴿مُبِينٌ لِّكُم مَّا هِيَ حَلَالٌ وَلَا حَلَالٌ لِّلشَّيْطَانِ خُطُوَاتٍ تَتَّبِعُونَ وَلَا طَيِّبًا حَلَالًا إِلَّا الرِّضْفِ فِي مِمَّا كَلُوا النَّاسُ يَتَأْتِيهَا

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dariapa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.(Departemen Agama RI, 2011: 25)..

Dari firman Allah Swt dan hadits di atas tersebut,bisa disimpulkan bahwa kita mesti mengonsumsi makanan yang baik dan halal. Kita juga dilarang memakan makanan yang aram karena bisa jadi makanan tersebut memberi manfaat yang buruk bagi kita semua. Ada beberapa jenis makanan yang halal, yaitu:

- 1) Makanan yang tidak diharamkan oleh Allah Swt dan rasul-Nya.
- 2) Makanan yang baik, tidak kotor, dan tidak menjijikan.
- 3) Makanan yang tidak mudharat, yang tidak membahayakan kesehatan, merusak otak, merusak moral, dan akidah, serta,
- 4) Binatang yang hidup di dalam air (laut dan air tawar).

Sementara itu, makanan yang diharamkan, yaitu:

- 1) Semua bangkai, kecuali bangkai ikan dan belalang.
- 2) Semua darah, kecuali hati dan limpa.
- 3) Semua makanan yang membahayakan akal dan jiwa.
- 4) Semua makanan yang diperoleh dari hasil mencuri, merampok dan lain sebagainya.
- 5) Semua makanan yang keji, kotor, dan menjijikan, serta.
- 6) Bagian yang dipotong dari binatang yang masih hidup.

D. Penelitian Relevan

Setelah membaca beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu maka yang dianggap relevan yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Willa Des Malya Mahasiswa Fakultas Agama Islam Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Riau(2012)dengan judul “*Pengaruh Pencantuman Label Halal Dalam Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Masyarakat Kota Pekanbaru)*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pencantuman label halal pada kemasan produk terhadap keputusan pembelian. Hasil penelian Ini dapat disimpulkan pencantuman label halal pada kemasan produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terutama konsumen muslim.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Subjek penelitiannya adalah seluruh masyarkat Kota Pekanbaru
2. Objek penelitiannya adalah pengaruh label halal pada kemasan produk terhadap minat beli masyarakat Kota Pekanbaru.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah mengenai bahan makanan yang mempengaruhi sertifikat halal pada sebuah *brand* roti pada Vanhollano Bakery pada penelitian tentang persepsi konsumen muslim tentang sertifikat halal di PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery)..

2. Penelitian yang di lakukan oleh Meika WahyuniMahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang (2012), dengan judul " *Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat*

Halal (Studi Kasus Pada PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)” dengan kesimpulan bahwa terdapat konsumen muslim yang berpersepsi (beranggapan) bahwa sertifikat halal itu penting karena informen mengetahui untuk menjamin kehalalan produk adalah dengan adanya sertifikat halal dan dibuktikan bahwa informen tahu (peduli) terhadap produk olahan yang dikonsumsi.

Perbedaan Penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Dari segi lokasi yang berbeda
2. Produk yang diteliti

Dari simpulan di atas tentu ini sangat penting untuk dijadikan kebutuhan bagi setiap konsumen muslim di Vanhollano Bakery mengenai standar makanan yang baik dan halal berdasarkan sertifikat halal.

E. Konsep Operasional

Berdasarkan konsep operasional, Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal membentuk suatu indikator, sebagaimana dapat dilihat pada konsep dibawah ini :

Tabel 3:Konsep Operasional

Konsep	Dimensi	Indikator
--------	---------	-----------

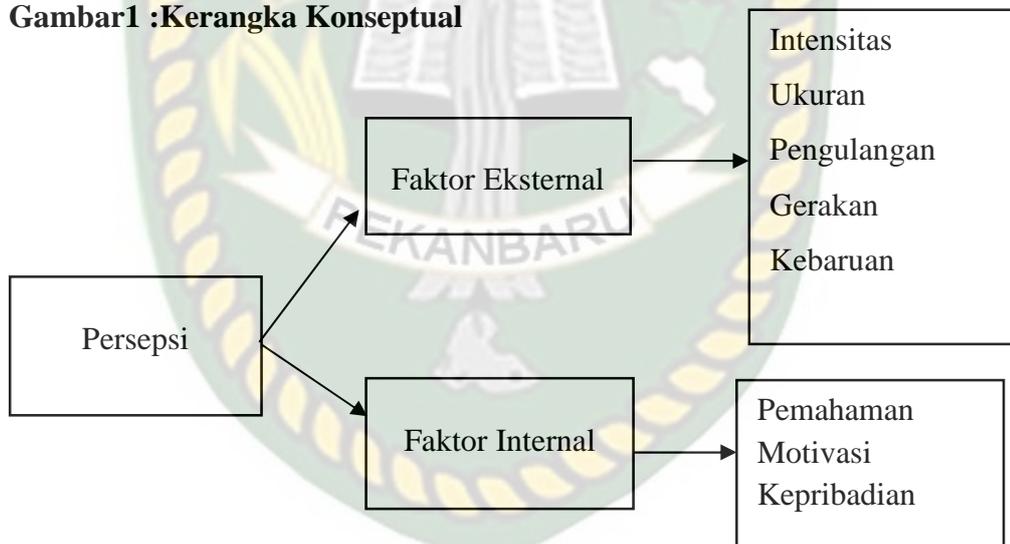
Persepsi konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal PT. Jaya Nika Permata(Vanhollano bakery) Kota Pekanbaru	Faktor Eksternal	1. Intensitas 2. Ukuran 3. Pengulangan 4. Gerakan 5. Kebaruan
	Faktor Internal	1. Pemahaman 2. Motivasi 3. Kepribadian

Sumber: Data Olahan: 2018

F. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian diatas dapat digambarkan kerangk penelitian ini sebagai berikut:

Gambar1 :Kerangka Konseptual



Sumber: Data Olahan 2018

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan), karena penelitian ini mengkaji tentang persepsi konsumen terhadap sertifikat halal pada produk Vanhollano Bakery dengan sasaran konsumen muslim yang ada di Kota Pekanbaru. (Sangadji, 2010:28)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif. Yaitu desain peneliti yang disusun dalam memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian. (Sanusi, 2011:2013). Penelitian ini bersifat Deskriptif karena pembahasannya berfokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) di Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2019 sampai bulan Juni 2019, dengan perencanaan sebagai berikut:

Tabel 4 :Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan															
		Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Masa Persiapan	■	■	■	■												
2	Pengumpulan Data					■	■	■	■								
3	Pengolahan Analisis Data									■	■	■	■				
4	Penulisan Laporan													■	■	■	■

Sumber : Data Olahan 2019

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pembeliproduk pada Vanhollano Bakery yang beraga maislam di kota Pekanbaru. Objek dalam penelitian ini adalah persepsi konsumen muslim terhadap serifikat halal di Vanhollano Bakery di kota Pekanbaru.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2014: 61). Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam pengambilan sampel harus betul-betul representative.

Populasi bukan sekedar jumlah yang ada objek/subjek yang dipelajari tetapi meliputi karakteristik/sifat yang dimiliki oleh objek. Menurut Notoadmojo populasi menunjukkan keadaan dan jumlah objek penelitian secara keseluruhan yang dimiliki karakteristik tertentu.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan dijadikan sebagai objek penelitian. Peneliti biasanya melakukan seleksi terhadap bagian elemen-elemen populasi dengan harapan hasil seleksi tersebut dapat merefleksikan seluruh karakteristik yang ada. Elemen adalah subjek dimana pengukuran itu dilakukan. Bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih disebut sampel. (Anwar Sanusi, 2011: 87) Dari data di atas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk pada tahun 2017 mencapai 762.609 jiwa umat Islam secara keseluruhan di Kota Pekanbaru. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti dimungkinkan untuk menggunakan sampel karena mengingat banyaknya populasi.

Dalam menentukan ukuran sampel penulis menggunakan rumus Slovia (Anwar Sanusi, 2011:101).

$$n = \frac{N}{1 + Na^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

= Toleransi Ketidakteelitian (dalam persen)

jika N dalam penelitian ini adalah 762.609 orang sementara toleransi ketidakteelitian 10% maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{762.609}{1 + 762.609 (10\%)}$$

$$n = \frac{762.609}{1 + 762.609}$$

$$n = \frac{762.609}{762.609} = 99,98 = \text{dibulatkan } 100$$

Jadi ukuran sampel dalam penelitian ini adalah 99.98 atau dibulatkan menjadi 100 orang sebagai sampel. Dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *random sampel*, yaitu pengambilan sampel secara acak dimana anggota sampelnya mendapatkan kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.

Dalam pengambilan sampel peneliti, mengingat bahwa jumlah kecamatan di kota Pekanbaru yaitu 12 kecamatan. Dari masing-masing kecamatan memiliki jumlah penduduk muslim yang berbeda-beda antara satu kecamatan dengan kecamatan lain maka dalam hal ini, peneliti membagi angket tidak sama rata di setiap kecamatan. Berikut jumlah sampel dari setiap kecamatan..

Dari jumlah sampel tersebut kemudian ditentukan jumlah masing-masing sampel menurut tingkat (strata) dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Proportionate Stratified Random sampling*, yaitu pengambilan

sampel dari anggota populasi dan berstrata secara proposional dengan rumus (Riduwan, 2014: 13):

$$n_i = N_i / N \cdot n$$

1. Kecamatan Tampan
 $153.584 / 762.609 \times 100 = 20,13 = 20$ responden
2. Kecamatan Sukajadi
 $39.194 / 762.609 \times 100 = 5,13 = 5$ responden
3. Kecamatan Pekanbaru Kota
 $23.784 / 762.609 \times 100 = 3,11 = 3$ responden
4. Kecamatan Sail
 $20.715 / 762.609 \times 100 = 2,71 = 3$ responden
5. Kecamatan Lima Puluh
 $26.890 / 762.609 \times 100 = 3,52 = 3$ responden
6. Kecamatan Senapelan
 $27.853 / 762.609 \times 100 = 3,65 = 3$ responden
7. Kecamatan Rumbai
 $47.505 / 762.609 \times 100 = 6,22 = 6$ responden
8. Kecamatan Bukit Raya
 $83.190 / 762.609 \times 100 = 10,91 = 11$ responden
9. Kecamatan Marpoyan Damai
 $113.824 / 762.609 \times 100 = 14,92 = 15$ responden
10. Kecamatan Tenayan Raya
 $106.942 / 762.609 \times 100 = 14,02 = 14$ responden
11. Kecamatan Payung Sekaki
 $57.580 / 762.609 \times 100 = 7,55 = 7$ responden
12. Kecamatan Rumbai Pesisir
 $61.584 / 762.609 \times 100 = 8,07 = 8$ responden

E. Sumber Data Penelitian

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terdiri dari tiga jenis antara lain:

a. Data Primer

a. Data primeryaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Yaitu berupa angket/kuesioner yang diisi oleh responden. (Muhammad, 2008:103) Data yang peneliti dapatkan merupakan data yang diperoleh langsung dari responden konsumen muslim Vanhollano Bakery di Kota Pekanbaru.

b. Data Sekunder

b. Data sekunder yaitu yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu. Yaitu berupa Jurnal, buku-buku yang berkaitan dan penelitian yang relevan dengan judul peneliti. (Muhammad, 2008:103) data yang diperoleh dari Al-Qur'an dan Hadits, jurnal hukum, dan juga buku literatur yang ada relefansinya dengan yang terkait penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara kajian kepustakaan dan wawancara, sedangkan ditinjau dari sifat penelitian ini bersifat deskriptif, maksudnya membuat gambaran secara lengkap sehingga

tepat dan benar didalam menganalisa tentang persepsi konsumen muslim tentang sertifikat halal dan baik di PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) di kota Pekanbaru. Sesuai dengan masalah pokok yang diteliti dalam penelitian ini maka alat pengumpulan data yang penulis gunakan berupa:

a. Angket atau kuisisioner

Angket atau kuesioner, yaitu daftar pernyataan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia membeikan respons(responden) sesuai dengan permintaan pengguna. (Riduwan, 2011:52)

Penulis membuat angket suatu pertanyaan secara bebas kepada responden yaitukonsumen muslim Vanhollano Bakery, melalui tanya jawab langsung dengan pihak terkait.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film, dokumenter, data yang relevan penelitian. (Riduwan, 2014:58)Metode pengumpulan data melalui literatur yang ada di kepustakaan yang ada korelasinya dengan permasalahan yang diteliti.

G. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

1. Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan setelah semua data terhimpun dan telah dapat memberikan gambaran yang menyeluruh tentang objek penelitian. Tahap-tahap pengolahan data dapat dilakukan sebagai berikut (Misbahuddin dan Iqbal Hasan, 2013 : 27-28)

- a. Penyuntingan (*Editing*), adalah pengecekan data atau pengoreksian data yang telah dikumpulkan karena kemungkinan data yang masuk atau data yang terkumpul tidak logis dan meragukan.
- b. Pengkodean (*Coding*), adalah pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf-huruf yang diberikan petunjuk pada suatu data atau informasi yang akan dianalisis.
- c. Pentabulasian (*Tabulating*), adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan.

2. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode Statistik Deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya.

Dari responden yang selanjutnya akan dibandingkan dengan Skor Ideal (Kriterium) untuk seluruh item dan disajikan secara kontinum. Data kontinum adalah data statistika yang angkanya merupakan dereta angka yang saling menyambung dari suatu data ke data yang lainnya (Susetyo, 2010:13).

Contohnya, dalam hubungan teknik pengumpulan data angket, instrument tersebut disebarkan kepada 10 narasumber, kemudian direkapitulasi. Dari data 10 narasumber. Misalunya:

Menjawab SS dengan skor 5 = 8 orang

Menjawab S dengan skor 4 = 2 orang

Menjawab N dengan skor 3 = 0 orang

Menjawab TS dengan skor 2 = 0 orang

Menjawab STS dengan skor 1 = 0 orang

Dengan perhitungan sebagai berikut:

Jumlah skor untuk 8 orang menjawab SS $8 \times 5 = 40$

Jumlah skor untuk 2 orang menjawab S $2 \times 4 = 8$

Jumlah skor untuk 0 orang menjawab N $0 \times 3 = 0$

Jumlah skor untuk 0 orang menjawab TS $0 \times 2 = 0$

Jumlah skor untuk 0 orang menjawab STS $0 \times 1 = 0$

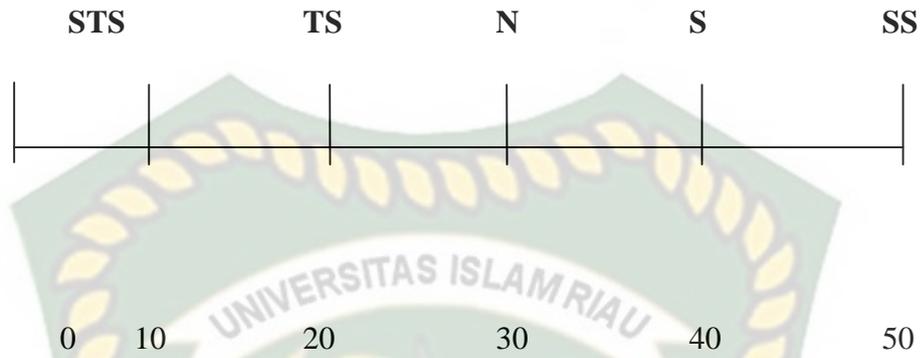
Jumlah = 48

Jumlah skor ideal untuk No.1 (skor tertinggi) = $5 \times 10 = 50$

Jumlah skor terendah = $1 \times 10 = 10$

Maka dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2: Gambar Kontinum Skor Ideal (Kriterium)



Sumber : (Sugiyono, 2013: 95)

Jadi, untuk menentukan dengan angka pada garis kontinum tergantung dari skor tertinggi dan skor terendah pada skor angket dan jumlah narasumber yang kita bagikan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery)

Vanhollano Bakery pada mulanya hanyalah sebuah toko roti kecil, dan kini terus berorientasi menjadi yang Terdepan, Terutama & Terbaik di Riau. Tanggal 14 Oktober 1984, Bapak Andrie Djaja mulai merintis Bakery & Cake pertama di Pekanbaru dengan membuka 1 ruko di Jl. Jend. Sudirman No 153.

Seiring dengan bertambahnya usia dan pengalaman, Bapak Andrie Djaja bersama Istri, Ibu Theresia Suyati Sali mengembangkan usaha ini dengan penuh ketekunan, keuletan, dan kerja keras serta mengutamakan kepuasan konsumen akan produk dan pelayanan sehingga usaha ini pun bertambah maju dan berkembang, Vanhollano mulai menjual produk Burger dan Juice.

Tahun 1992 Vanhollano membuka restaurant keluarga di lantai 2, dengan menyediakan berbagai makanan cepat saji seperti Fried Chicken, Nasi Goreng, Gado – gado, Soto dan lain – lain. Pada tahun yang sama Vanhollano memperkenalkan paket Vanny Day, paket special dibuat khusus untuk konsumen yang mengadakan pesta ulang tahun di Vanhollano. Saat ini konsumen sudah dapat mengadakan pesta ulang tahun anaknya di rumah dengan memesan paket Van Party yang dimeriahkan oleh badut karakter yang unik, atraktif dan disukai anak-anak.

Sebagai bentuk perhatian dalam pendidikan anak, Vanhollano menyediakan acara VanBreakfast, (VanBBE) Vanhollano Bread, Baking dan Eating yang

bertujuan melatih dan mengembangkan kreativitas anak, serta mengajarkan bagaimana mencintai makanan khususnya produk Roti Vanhollano. Disini mereka diajarkan langsung oleh Chef yang berpengalaman dibidang Bakery tentang proses pembuatan roti dari mulai persiapan sampai roti tersebut siap disantap. Disisi lain, anak dapat mengetahui pentingnya kebersihan pada makanan yang akan mereka konsumsi. Team kami membuka kerjasama dengan pihak sekolah, Taman Kanak-Kanak, Play Group ataupun Sekolah Dasar yang berminat mengikuti kegiatan tersebut.

Vanhollano juga berusaha menjangkau konsumen yang berada di tempat yang jauh dari Outlet melalui jasa layanan Mobil Toko (MOKO) yang tersebar dan standby dititik-titik tertentu. Sampai saat ini sudah ada 22 unit Mobil Toko (MOKO) Vanhollano Bakery.

Bagi konsumen yang ingin mengadakan pesta pernikahan ataupun ulang tahun, Vanhollano menyediakan berbagai pilihan bentuk Wedding Cake dan Birthday Cake yang menarik dan sesuai selera konsumen. Dan bagi konsumen yang hendak mengadakan rapat / pertemuan, Vanhollano juga menyediakan Paket Snack Box dengan harga special yang jenis produknya dapat Anda tentukan sendiri.

Sebagai bentuk penghargaan terhadap konsumen setia Vanhollano, periode 1 Mei 2015 Vanhollano melaunching kartu fasilitas diskon 5 % unlimited (khusus produk Vanhollano) dan diskon 50 % tart di hari ulang tahun pemegang member, yang dapat digunakan diseluruh Outlet Vanhollano Group. Untuk tetap bersaing dan unggul di pasaran, Vanhollano terus berinovasi terhadap produk-produknya

dengan memunculkan produk baru yang bercita rasa tinggi, variatif dan berkualitas sesuai selera konsumen, disupport oleh kinerja team management yang solid serta fokus pada karyawan melalui pengadaan program-program training / pelatihan untuk mengembangkan SDM yang mampu memberikan pelayanan terbaik demi kepuasan konsumen. Pada awal tahun 2015 Vanhollano Bakery akan kembali melaunching kartu member yang terbaru dengan penawaran menarik untuk para konsumen.

Vanhollano Bakery terkenal dengan Sweet Breadnya, Coklat Spesial, Abon Ayam, Abon Spesial, Roti Kelapa, Roti Lulu Bread, Roti Pisang Coklat, Roti Coklat Nutela, Roti Banana Chesee Bun, Roti Chocolate Liner, dan Roti Jangung Kelapa. Vanhollano Bakery juga menawarkan produk oleh-oleh khas seperti Roti Siak, Fancy Bread, Pisang Bolen Keju Coklat, Roll Cake dll. Cita rasa khasnya diperoleh dari pemakaian ingredients yang terbaik, tanpa bahan pengawet dan dikemas dengan kemasan yang apik. Untuk lebih jelasnya mengenai produk roti dan kue Vanhollano Bakery silahkan anda kunjungi gerai terdekat di kota anda.

2. Visi dan Misi

Visi Vanhollano Bakery adalah terdepan, terutama dan terbaik dalam usaha roti, kue dan makanan. Baik dari citra rasa produk dengan mutu kualitas tinggi dan variatif serta sumber daya manusia yang mampu melakukan pelayanan dan penyajian yang terbaik dengan tujuan untuk dapat memuaskan pelanggan.

Misi Vanhollano Bakery adalah :

- Menyajikan kepuasan pelanggan dengan cepat, tepat dan santun
- Menunjukkan komitmen yang nyata dalam pengembangan sumber daya manusia secara berkesinambungan
- Menjadikan roti, kue dan makanan cepat saji produksi anak negeri sebagai kebanggaan dan tuan rumah di negeri pertiwi dengan khas Riau
- Mempelopori perluasan usaha produksi roti, kue dan makanan ke level regional dan internasional.

Slogan Vanhollano Bakery adalah “Nobody says No”, yang mana diartikan dengan kualitas produk dan rasa yang diberikan dalam setiap produknya maka tidak ada orang atau konsumen yang mengatakan tidak untuk membeli dan merasakan produk tersebut. Dengan itu, pihak Vanhollano Bakery selalu berupaya untuk mengembangkan kreatifitas dan variasi menu yang lebih baik dan unggul lagi agar konsumen atau masyarakat menjadi lebih tertarik untuk mengkonsumsinya.

3. Struktur Organisasi

Berdasarkan struktur organisasi yang digunakan oleh perusahaan PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) Pekanbaru maka dapat diterangkan pembagian dan pelaksanaan tugas, wewenang, fungsi dan tanggung jawab masing-masing divisi yang terlibat didalamnya, yaitu :

a. Direktur

Direktur merupakan puncak pimpinan yang tertinggi yang bertanggung atas usaha-usaha perencanaan, pelaksanaan dan pengamatan dari seluruh kegiatan perusahaan. Dimana tugas, wewenang dan tanggung jawabnya antara lain yaitu :

- 1) Menetapkan tujuan, kebijaksanaan, program dan prosedur yang mencakup semua segi dari kegiatan perusahaan yang diperlukan untuk melengkapi tujuan dan kebijaksanaan yang telah ditetapkan.
- 2) Menilai, menganalisa dan mengevaluasi kegiatan dan perkembangan perusahaan dan mengambil langkah-langkah perbaikan jika perlu.
- 3) Mengawasi pekerjaan general manager dalam pengelolaan perusahaan.

b. General Manager

Adapun tugas-tugas dan wewenang dari general manager adalah sebagaiberikut :

- 1) Mengatur dan mengambil kebijakan operasional
- 2) Bertanggung
- 3) jawab penuh mengkoordinir, memimpin, mengarahkan, mengawasi serta mengendalikan kerja divisi-divisi pelaksana kegiatan bawahannya pada tiap-tiap departemen
- 4) Secara bersama merundingkan aktivitas operasional untuk dapat memajukan perusahaan
- 5) Mewakili perusahaan dalam mengadakan hubungan dengan pihak luar

c. Marketing Manager

Mempunyai tugas, wewenang dan tanggung jawab sebagai berikut :

- 1) Menentukan dan menyusun marketing planning tahunan, yang meliputi kenaikan volume penjualan, harga, term of payment, bentuk dan anggaran dari kegiatan promosi penjualan.
- 2) Memonitor kegiatan pesaing dan gejolak pasar untuk memanfaatkan kesempatan dipasar.
- 3) Melaksanakan kegiatan-kegiatan pemasaran dalam rangka meningkatkan dan menjaga tingkat usaha yang menguntungkan

d. Executive Manager (Production Manager)

Adapun tugas-tugas dan wewenang dari manajer produksi adalah sebagai berikut :

- 1) Bertanggung jawab penuh atas semua produksi
- 2) Mengkoordinasi semua pelaksanaan kegiatan-kegiatan produksi, Baik itu produksi roti manis maupun roti tawar.
- 3) Serta menciptakan produk-produk baru

e. Operational Manager

Adapun tugas-tugas dan wewenang dari manajer operasional adalah sebagai berikut :

- 1) Bertanggung jawab mengkoordinasikan semua pelaksanaan kegiatan kegiatan di outlet masing-masing.
- 2) Bertanggung jawab mengevaluasi hasil pelaksanaan kegiatan dilingkungannya sesuai dengan kebijaksanaan yang digariskan perusahaan.

f. Accounting Manager

Adapun tugas-tugas dan wewenang dari manajer accounting adalah sebagaiberikut :

- 1) Mengawasi dan mengkoordinasikan operasional kegiatan kerja departemen akuntansi.
- 2) Mengawasi pelaksanaan pembelanjaan rutin untuk operasional
- 3) Bertanggung jawab atas laporan keuangan, anggaran, pengendalian biaya dan manajemen keuangan.
- 4) Menentukan standart gaji karyawan
- 5) Menentukan harga rodok

g. Human Resource Development (HRD) Manager

Adapun tugas-tugas dan wewenang dari seorang manajer personalia adalahsebagai berikut :

- 1) Memberikan pelatihan kerja kepada karyawan
- 2) Melakukan pengupahan bagi setiap karyawan perusahaan
- 3) Melakukan pendataan bagi setiap karyawan masuk keperusahaan
- 4) Menyelenggarakan administrasi yang menyangkut dengan penerimaan karyawan dan pemberhentian karyawan.

h. General Affair Manager

Adapun tugas-tugas dan wewenang dari general affair adalah sebagai berikut :

- 1) Melakukan pengadaan barang sesuai dengan permintaan outlet
- 2) Menghitung semua peralatan dan mesin-mesin yang ada
- 3) Melakukan perawatan dan perbaikan semua mesin-mesin vanhollanogroup

- 4) Mengatur jadwal pengangkutan barang-barang untuk cabang outlet

i. Sales Manager

Adapun tugas-tugas dan wewenang dari menejer penjualan adalah sebagaiberikut :

- 1) Menganalisa semua penjualan tiap-tiap outlet
- 2) Menginput data-data (struk penjualan)
- 3) Menganalisa semua pemakaian bahan-bahan tiap-tiap outlet
- 4) Menginput pemakaian perharinya
- 5) Menganalisa bahan-bahan baku yang masuk

Struktur organisasi PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) Pekanbaru (Vanhollano Bakery) dapat dilihat pada lampiran skripsi ini

4. Aktivitas Perusahaan

Aktivitas PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) Pekanbaru (Vanhollano Bakery) adalah sebagai berikut :

- a) Memproduksi aneka jenis makanan dan minuman, yang setiap hari berputar secara statis mulai dari penyediaan bahan untuk diproduksi sampai mengolah menjadi barang jadi.
- b) Makanan dan minuman yang telah jadi tersebut diletakkan didalam toko untuk dijual dan dipasarkan kepada konsumen.

Adapun jenis makanan dan minuman yang siap disajikan oleh PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) Pekanbaru ada lebih dari 250 jenis, gambaran umum adalah sebagai berikut :

- 1) Berbagai jenis cake, mulai dari cake ulang tahun sampai dengan cakepernikahan (pesta)
- 2) Berbagai macam roti dengan aneka ragam isi dan jenisnya
- 3) Fried Chicken dan Burger
- 4) Berbagai jenis juice dan rasa ice cream
- 5) Kentang goreng
- 6) Gado-gado dan nasi goreng
- 7) Dan lain-lain.

Untuk menghasilkan seluruh produk selain aneka soft drink perusahaan menggunakan proses yang terus menerus yang mana terdapat proses yang panjangtanpa adanya perubahan-perubahan dari proses pengambilan bahan baku sampai menjual barang jadi.

B. Deskripsi Data

1. Identitas Responden

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah para konsumen yang membeli produk Vanhollano Bakery Pekanbaru sebanyak 100 orang. Sebelum membahas tentang bagaimana tanggapan responden mengenai persepsi konsumen muslim terhadap sertifikat halal di PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) (Vanhollano Bakery), berikut ini diuraikan tentang karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan dan umur.

a. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk melihat tentang jenis kelamin responden pada Vanhollano Bakery Pekanbaru dapat dilihat dalam Tabel 4.1 berikut ini :

Tabel 6. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Perempuan	56	56%
Laki-laki	44	44%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Olahan 2019

Dari tabel 4.1 dapat dilihat bahwa jenis kelamin responden yang membeli produk Vanhollano Bakery Pekanbaru diketahui dari 100 orang responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 56 orang atau 56 % dari keseluruhan responden dan responden laki-laki dengan jumlah 44 orang atau 44 %. Dapat diambil kesimpulan bahwa perempuan lebih banyak yang membeli produk Vanhollano Bakery Pekanbaru karena sifat perempuan cenderung konsumtif untuk datang Vanhollano Bakery Pekanbaru.

b. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan menentukan tingkat penghasilan yang diperoleh oleh responden per bulannya atau dengan kata lain dari pekerjaan maka responden memiliki penghasilan finansial yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan pengeluaran yang diinginkan responden. Untuk melihat lebih lanjut tentang jenis pekerjaan responden yang membeli produk Vanhollano Bakery Pekanbaru dapat dilihat dalam tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 7. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pegawai Negeri	16	16%
Pegawai Swasta	24	24%
Pelajar	57	57%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Olahan 2019

Dari tabel 4.2 diatas dilihat bahwa jenis pekerjaan responden, yang membeli produk Vanhollano Bakery Pekanbaru diketahui 16 orang atau 16 % memiliki pekerjaan sebagai PNS, 24 orang atau 24 % memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta dan 57 orang atau 57 % merupakan pelajar atau mahasiswa.

Dapat diambil kesimpulan dari 100 orang responden paling banyak adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar dengan jumlah 57 orang atau 57 % dari keseluruhan responden dan paling sedikit adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri dengan jumlah 16 orang atau 16 %.

c. Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Untuk melihat lebih lanjut tentang tingkat pendidikan responden pada Vanhollano Bakery Pekanbaru dapat dilihat dalam tabel 4.3 berikut ini.

Tabel 8. Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SMP	30	30%
SMA	27	27%
Perguruan Tinggi	43	43%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Olahan 2019

Dari tabel 4.3 dilihat bahwa tingkat pendidikan responden yang membeli produk Vanhollano Bakery Pekanbaru diketahui paling banyak adalah responden dengan tingkat pendidikan tamatan perguruan tinggi dengan jumlah 43 orang atau 43 % dari keseluruhan responden dan paling sedikit adalah responden dengan tingkat pendidikan tamatan Sekolah Menengah Atas dengan jumlah 27 orang atau 27 %. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden memiliki tingkat pendidikan Perguruan tinggi.

d. Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Umur

Umur merupakan faktor yang menentukan seseorang dalam mengambil keputusan. Tabel 4.4 berikut menunjukkan tingkat umur konsumen yang menjadi responden pada Vanhollano Bakery Pekanbaru.

Tabel 9. Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Umur

Tingkat Umur	Jumlah	Persentase (%)
20-30	42	42%
31-40	38	38%
41-50	20	20%
Jumlah	100	100

Sumber : Data Olahan 2019

Dari tabel 4.4 dapat dilihat bahwa berdasarkan umur responden yang membeli produk Vanhollano Bakery Pekanbaru diketahui dari 100 orang responden paling banyak adalah responden yang berumur antara 21-30 tahun dengan jumlah 42 orang atau 42 % dari keseluruhan responden dan paling sedikit adalah responden yang berumur 41 - 50 tahun keatas dengan jumlah 20 orang atau 20 %.

C. Hasil Penelitian

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

Berikut dapat dilihat hasil tanggapan responden mengenai Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal di PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) :

1. Faktor Eksternal

Untuk mengetahui hasil tanggapan responden mengenai faktor eksternal dalam persepsi konsumen muslim terhadap sertifikat halal di PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery), dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 10. Rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai faktor eksternal dalam persepsi konsumen muslim terhadap sertifikat halal di PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery)

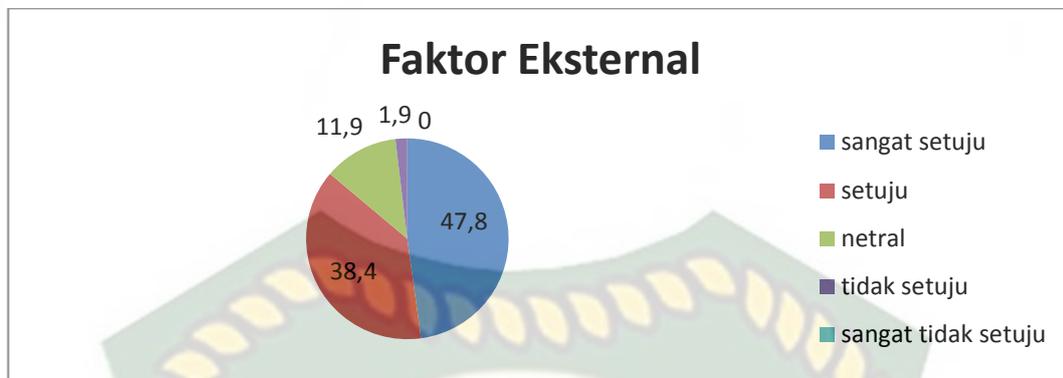
Dimensi	Indikator	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
Intensitas	Pernyataan 1	46	51	3	-	-	100
	Pernyataan 2	56	40	4	-	-	100
Ukuran	Pernyataan 1	48	38	14	-	-	100
	Pernyataan 2	46	41	9	4	-	100
Pengulangan	Pernyataan 1	43	41	16	-	-	100
	Pernyataan 2	45	36	16	3	-	100
Gerakan	Pernyataan 1	48	45	7	-	-	100
	Pernyataan 2	45	35	16	4	-	100
Kebaruan	Pernyataan 1	48	45	7	-	-	100
	Pernyataan 2	53	12	27	8	-	100
Jumlah		478	384	119	19		1000
Persentase		47,8	38,4	11,9	1,9	-	100

Sumber : Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa sebagian responden memiliki faktor internal dalam persepsi konsumen, tanggapan tersebut dengan tingginya responden menyatakan sangat setuju dengan persentase penelitian 47,8%.

Berikut digambarkan persentase faktor internal menggunakan diagram lingkaran berdasarkan tabel 10 dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar3 :Diagram Lingkaran Faktor Eksternal



Sumber : Data Olahan, 2019

2. Faktor Internal

Untuk mengetahui hasil tanggapan responden mengenai faktor internal dalam persepsi konsumen muslim terhadap sertifikat halal di PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery), dapat dilihat pada tabel berikut ini :

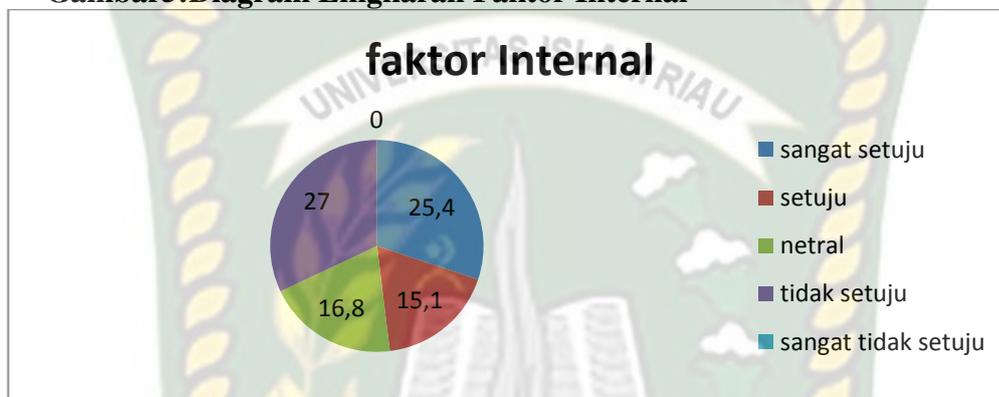
Tabel 11. Rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai faktor internal dalam persepsi konsumen muslim terhadap sertifikat halal di PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery)

Dimensi	Indikator	SS	S	N	TS	STS	Jumlah Skor
Pemahaman	Pernyataan 1	53	12	27	8	-	410
	Pernyataan 2	29	40	27	4	-	374
Motivasi	Pernyataan 1	47	23	27	3	-	414
	Pernyataan 2	45	19	33	3	-	406
Kepribadian	Pernyataan 1	41	23	27	9	-	396
	Pernyataan 2	39	34	27	-	-	412
Jumlah		254	151	168	27	-	600
Persentase		25,4	15,1	16,8	2,7	-	100

Sumber : Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa sebagian responden memiliki faktor eksternal dalam persepsi konsumen, tanggapan tersebut dengan tingginya responden menyatakan sangat setuju dengan persentase penelitian 25,4%. Berikut digambarkan persentase faktor eksternal menggunakan diagram lingkaran berdasarkan tabel 18 dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar5:Diagram Lingkaran Faktor Internal



Sumber : Data Olahan, 2019

D. Analisis Data

Penelitian ini merupakan statistik deskriptif yaitu penyajian data dengan tabel, grafik, diagram lingkaran, dan persentase. Dari data angket yang dikumpulkan dari responden, dibuat data rekapitulasi selanjutnya data ditransformasikan dari data kualitatif menjadi data kuantitatif dengan memberikan skor pada angket. Kriteria jawaban dan skor digunakan untuk mentransformasikan data kualitatif berdasarkan jawaban dari para responden pada angket menjadi data kuantitatif dari setiap indikator yang digunakan dalam konsep operasional.

Berikut hasil rekapitulasi dari 18 butir pernyataan melalui angket kepada responden yang telah dipermasalahkan pada penelitian tersebut:

Tabel 12. Rekapitulasi perhitungan data angket persepsi konsumen muslim terhadap sertifikat halal di PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery)

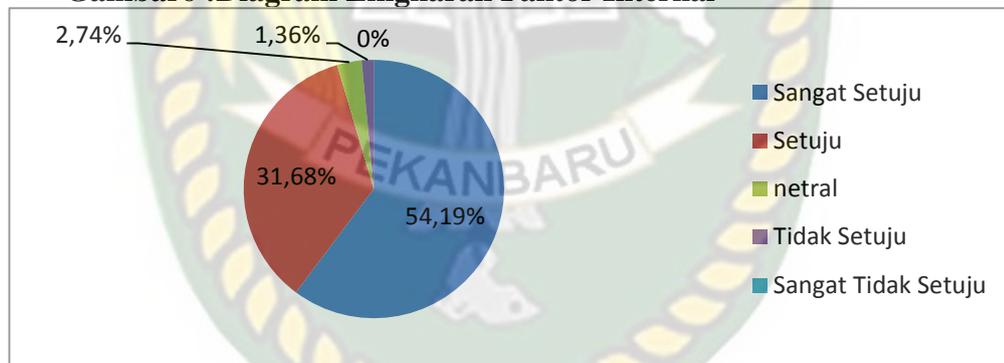
No	Pernyataan	Rekapitulasi Perhitungan Data Angket					Jumlah
		Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	
1	Pernyataan 1	46	51	3	0	0	100
2	Pernyataan 2	56	40	4	0	0	100
3	Pernyataan 3	48	38	14	0	0	100
4	Pernyataan 4	46	41	9	4	0	100
5	Pernyataan 5	43	41	16	0	0	100
6	Pernyataan 6	45	36	16	3	0	100
7	Pernyataan 7	48	45	7	0	0	100
8	Pernyataan 8	45	35	16	4	0	100
9	Pernyataan 9	48	45	7	0	0	100
10	Pernyataan 10	53	12	27	8	0	100
11	Pernyataan 11	53	12	27	8	0	100
12	Pernyataan 12	29	40	27	4	0	100
13	Pernyataan 13	47	23	27	3	0	100
14	Pernyataan 14	45	19	33	3	0	100
15	Pernyataan 15	41	23	27	9	0	100
16	Pernyataan 16	39	34	27	0	0	100
Jumlah		732	535	287	46	0	1600
Nilai Skor		5	4	3	2	1	

Total Skor	3660	2140	861	92	0	
Grand Total Skor						6753
Rata-rata Skor Penelitian						422,06
Persentase	54,19	31,68	12,74	1,36	0	100

Sumber: Data Olahan Angket 2019

Berikut digambarkan persentase perhitungan angket berdasarkan tabel 12 tentang Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal PT. Jaya Nika Permata (Vanholland Bakery) menggunakan diagram lingkaran dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar6 :Diagram Lingkaran Faktor Internal

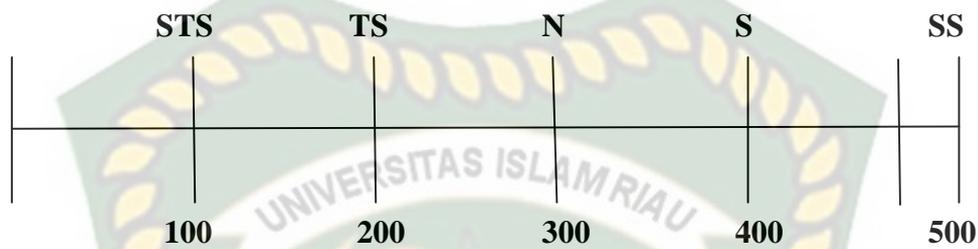


Sumber: Data Olahan 2018

Berdasarkan data skor yang telah ditetapkan, maka dihitung jawaban dari responden dengan jumlah persentase terbanyak yakni 54,19 % pada jawaban Sangat setuju.

Berdasarkan data skor yang telah ditetapkan di atas, maka selanjutnya dihitung jawaban dari responden yang akan dibandingkan dengan skor ideal (kriterium), disajikan sebagai berikut:

Gambar 6 : Hasil Skor Penelitian Pada Garis Kontinum



Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan data yang diperoleh dari 100 responden rata-rata skor penelitian sebesar 54.19% terletak pada daerah “Sangat Setuju” dengan keansahan sertifikat yang dimiliki Vanhollano Bakery dan kehalalan produknya sudah dijamin

Dengan demikian konsumen muslim “Sangat Setuju” jika sertifikat halal yang dimiliki Vanhollano Bakery dapat dipercaya dan kehalalan produknya sudah dijamin.

E. . Pembahasan Hasil Temuan

Labelisasi halal merupakan label yang menginformasikan kepada konsumen produk yang berlabel tersebut, bahwa produk tersebut benar-benar halal dan bahan-bahan yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produknya, dianggap belum

mendapatkan persetujuan oleh lembaga yang berwenang (LPPOM-MUI) untuk diklasifikasikan dalam produk yang halal atau dianggap masih diragukan kehalalannya.

Berdasarkan faktor internal yang memiliki 3 indikator yakni: pemahaman, motivasi, kepribadian yang tertera pada angket no 1 s/d 6 yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25,4%, yang menyatakan setuju sebanyak 15.1%, yang menyatakan netral 16,8%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2.7%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0,%. Jadi, konsumen muslim Kota Pekanbaru sangat setuju dengan keabsahan sertifikat halal dan kelalhalalan produknya. Karena tingginya responden yang memilih sangat setuju maka konsumen tidak meragukan lagi kehalalan semua produk yang di dijual vanhollano bakery.

Berdasarkan Indikator yang dimiliki oleh faktor eksternal yaitu: intensitas, ukuran, pengulangan, gerakan, dan kebaruan yang tertera pada angket no 7 s/d 18 yang menyatakan sangat setuju sebanyak 47,8%, yang menyatakan setuju sebanyak 38,4%, yang menyatakan netral sebanyak 11,9%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1,9%, dan menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0,%. Jadi, pada faktor eksternal responden konsumen muslim adalah sangat setuju dengan keabsahan sertifikat yang telah dikantongi vanhollano bakery yang telah melalui prosedur yang telah ditetapkan MUI. Dan telah memenuhi kriteria makanan halal.

Dari hasil perhitungan di atas diketahui sebagian besar konsumen muslim memiliki persepsi “Baik” terhadap sertifikat halal vanhollano bakery terlihat

dari tanggapan responden yang menyatakan “ Sangat Setuju” dengan persentase 54,19%. Dengan demikian konsumen muslim “Sangat Setuju” jika sertifikat halal yang dimiliki Vanhollano Bakery dapat dipercaya dan kehalalan produknya sudah dijamin.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan tentang persepsi konsumen terhadap sertifikat halal Vanhollano Bakery yang telah diolah melalui jawaban responden yang populasinya 762.609 orang dengan sampel 100 orang dari 12 Kecamatan yang ada di Kota Pekanbaru. Maka, dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen muslim berada pada skor 54,19 yang berarti persepsi konsumen muslim terhadap serhadap sertifikat halal PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) di Kota Pekanbaru adalah “Sangat setuju”. Maknanya persepsi konsumen muslim terhadap sertifikat halal PT. Jaya Nika Permata (Vanhollano Bakery) di Kota Pekanbaru Sangat Setuju yang berarti mengakui keabsahan sertifikat halal dari MUI dan sangat percaya dengan kehalalan dari produk Vanhollano Bakery.

B. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini antara lain :

1. Penulis menyarankan agar onsumen yang beragama Islam tanpa terkecuali berada dilingkungan apa saja hendaknya mencari tahu lebih dalam lagi

kepada orang terdekat yang dianggap lebih tahu atau bisa melalui internet untuk memahami kriteria makanan halal, haram, dan baik.

2. Penulis menyarankan kepada perusahaan PT. Jaya nika Permata (vanhollano Bakery) agar mencantumkan label halal pada setiap kemasan produk dan Sertifikat halal pada setiap pintu masuk pada semua outlet yang ada di pekanbaru.
3. Penulis menyarankan agar setiap konsumen muslim berfikir lebih panjang mengenai status kehalalan produk yang akan dikonsumsi.
4. MUI diharapkan bisa melakukan sosialisasi yang lebih kepada konsumen muslim mengenai terjaminnya kehalalan suatu produk dan sertifikat halal atau label halal karena berdasarkan penelitian ini pengetahuan serta kesadaran konsumen muslim tentang hal tersebut masih minim.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Buku :

- Al-Quran, 2011, Departemen Agama RI, Jakarta.
- Departemen Agama RI, 2011, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bumi Restu: Jakarta
- Fahmi, Irham, 2016, *Prilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*, Alfabeta: Bandung
- Hamid, Atiqah. 2012, *Buku Pintar Halal Haram Sehari-hari*, DIVA Press: Jakarta
- Mujahidin, Ahmad. 2007. *Ekonomi Islam*. PT RajaGrafindo Persada: Jakarta
- Priansa, Donni Juni. 2017 *Prilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Alfabeta: Bandung
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Qaradhawi, Yusuf. 1993, *Halal dan Haram*, PT. Bina Ilmu: Jakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2012, *Psikologi Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Riduwan dan Sunarto, 2014, *Pengantar Statistik Untuk Penelitian, Pendidikan, Social, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Sanusi, Anwar. 2011, *Metode Penelitian Bisnis*, Salemba Empat: Jakarta.
- Sugiyono. 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta: Bandung.
- Toha, Miftah, 2008, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar Dan Aplikasinya*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Wibowo, 2013, *perilaku dalam organisasi*, Rajawali Pers: Jakarta.
- Winardi, 2015, *Manajemen Perilaku Organisasi*, Prenadamedia Group, Jakarta

Jurnal:

- Arlina, Sri, Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Kosmetik, Artikel pada *Jurnal UIR Law Review*, Vol,02,No.01,April2018
- Astuti, Daharmi, 2018, Persepsi Masyarakat Terhadap Akad Jual Beli OnlinePerspektif Ekonomi Syariah, Artikel pada *Jurnal Syarikat*, Fai UIR,Vol.1,No.1, Juni 2018
- Azmansyah, dan Arief,Emkhad,2017, Analisi Preferensi Masyarakat dalam Memilih Sumber Daya Financial di Kecamatan Marpoyan dDamai Pekanbaru Riau, Artikel pada *Jurnal Ekonomi Kiat, UIR*, Vol.28, No.2,Desember 2017
- Bakhri,Boy Syamsul, Effendi ,Rustam, Mua'arif,Zul Ihsan, Konsep Koperasi Bung Hatta dalam Prespektif Ekonomi Syariah Artikel pada *Jurnal Al Hikmah*, Vol.15, No.1, April 2018
- Ali,Muchtar, 2016, Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal, Artikel Pada *Jurnal Ahkam* , Vol XVI No.2,Juli 2016
- Bulan,Tengku Putri Lindung,2016,Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosisdi Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang,Artikel Pada *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol 5 No.1,Mei 2016
- Kamilah, Ghina. 2017,Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli, Artikel Pada *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* ,Surabaya, Vol. 6, No. 2, Februari 2017

Skripsi:

- Malya, Willa Des. 2012, *Pengaruh Pencantuman Label Halal Dalam Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Masyarakat Kota Pekanbaru)*, Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.
- Wahyuni, Meika. 2015, *Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus Pada Konsumen Muslim PT.Rocket Chicken Cabang Boja Kendal)*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Walisongo, Semarang.