

**PERSEPSI MASYARAKAT DALAM LABELISASI HALAL  
(STUDI KASUS PELAKU UMKM KOTA MEDAN)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh :

**NOVI AMALIA ATAMI**

**NPM : 2201270027**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2026**

## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Dengan Penuh ikhlas dari hati yang paling dalam kupersembahkan karya tulis Ini untuk orang yang senantiasa mendukung dan hadir di kehidupanku yang bahagia.*

*Kupersembahkan untuk Ayahanda Muhammad Azmi dan Ibunda tercinta Sry Astaty BR Simbolon yang telah membimbingku dengan penuh cinta yang tulus dan sabar dalam membesarkanku sehingga aku dapat melanjutkan perguruan tinggi dan menyelesaikan penulisan skripsi ini.*

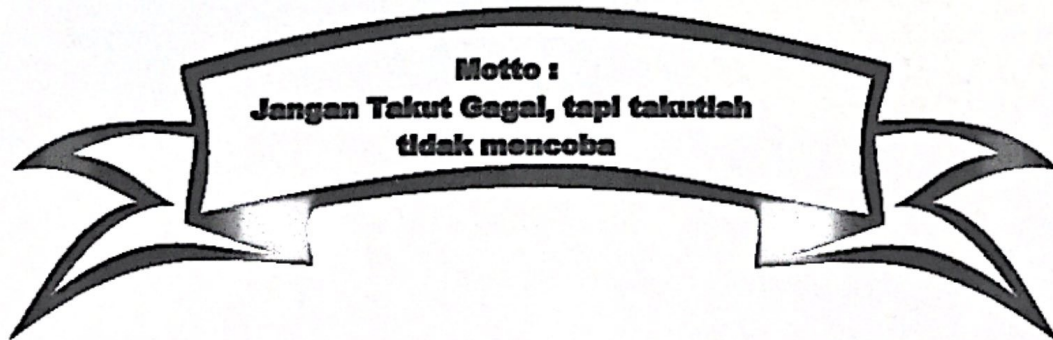
*Terima kasih untuk Nenek Almh. Marwiyah Ahmad dan Almh. Ivo Fauziah yang turut membesarkanku dengan cinta dan kasih.*

*Saudara Kandungku Ismy Nadya Spd., Khaliza Atami SE., dan Muhammad Gilang Taruna yang turut memberikan ku motivasi selama menjalankan perkuliahan.*

*Bapak dekan dan wakil dekan serta para dosen dilingkungan Fakultas Agama Islam yang telah memberikan ilmu yang bermakna dengan penuh keikhlasan dan kesabaran dalam mendidik.*

*Terima kasih buat seluruh keluarga besarku atas doa dan motivasinya.*

*Terima kasih untuk sahabat terkasih Yogi Andrean Girsang telah memberikan masukan dan motivasinya.*



**PERNYATAN ORISINILITAS**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Novi Amalia Atami  
NPM : 2201270027  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul "**Persepsi Masyarakat Terhadap Label halal (Studi Kasus Pelaku UMKM Kota Medan)**" merupakan karya asli saya. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism maka saya bersedia ditindak dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 9 Maret 2026  
Yang Menyatakan



**NOVI AMALIA ATAMI**  
**2201270027**

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP LABEL HALAL  
(STUDI KASUS PELAKU UMKM KOTA MEDAN)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas Dan Memenuhi Syarat – Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada  
Program Studi Perbankan Syariah*

**Oleh :**

**Novi Amalia Atami**  
**NPM : 2201270027**

**Program Studi Perbankan Syariah**

**Pembimbing**



**Alfi Amalia, S.E.I, M.E.I**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN**

**2026**

**PERSETUJUAN  
SKRIPSI BERJUDUL**

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP LABEL HALAL  
(STUDI KASUS PELAKU UMKM KOTA MEDAN)**

Oleh :

**NOVI AMALIA ATAMI**  
**2201270027**

*Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi*

**Medan, 09 Maret 2026**

**Pembimbing**



**Alfi Amalia, S.E.I, M.E.I**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**2026**

Nomor : Istimewa  
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar  
Hal : Skripsi

Medan, 09 Maret 2026

**Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Di  
Medan**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa a.n **Novi Amalia Atami** yang berjudul **"Persepsi Masyarakat Terhadap Label Halal (Studi Kasus Pelaku UMKM Kota Medan)"**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

**Pembimbing**



**Alfi Amalia, S.E, M.E.I**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Ditelaah dan disetujui oleh  
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> [fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [umsu](https://www.facebook.com/umsu) [umsu](https://www.instagram.com/umsu) [umsu](https://www.youtube.com/umsu)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)

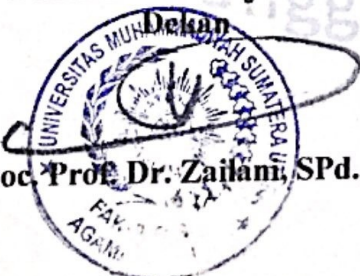
Ketua Program Studi : Dr. Isra Hayati, S.Pd., M.Si  
Dosen Pembimbing : Alfi Amalia, S.E, M.E.I

Nama Mahasiswa : Novi Amalia Atami  
Npm : 2201270027  
Semester : VIII  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Persepsi Masyarakat Terhadap Label Halal  
(Studi Kasus Pelaku UMKM Kota Medan)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
12 Februari 2026	Merapikan Penulisan Ayat Al-Qur'an dengan menggunakan Aplikasi Al-Qur'an digital serta memperbaiki kesalahan pada penulisan huruf	Il	
3 Maret 2026	Mertambahkan referensi ilmiah yang relevan serta mengintegrasikannya ke dalam bagian pembahasan yang berkaitan pada BAB II	Il	
5 Maret 2026	Melakukan pendalaman dan penajaman analisis pada BAB IV.	Il	
6 Maret 2026	Menambahkan identitas narasumber serta melakukan penyusunan data agar lebih sistematis dan sesuai dengan kebutuhan penelitian	Il	
9 Maret 2026	ACC	Il	

Medan, 9 Maret 2026

Diketahui/Disetujui



Assoc. Prof. Dr. Zailani, SPd., MA

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

*Il*  
Dr. Isra Hayati, S.Pd.,  
M.Si

Pembimbing Skripsi

*Il*

Alfi Amalia, S.E, M.E.I

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan Bimbingan dalam Penulisan Skripsi sehingga naskah Skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk mempertahankan dalam Ujian Skripsi Oleh :

Nama Mahasiswa : Novi Amalia Atami  
NPM : 2201270027  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Persepsi Masyarakat Terhadap Label halal  
(Studi Kasus Pelaku UMKM Kota Medan)

Medan, 09 Maret 2026

Pembimbing Skripsi

Alfi Amalia, S.E.I, M.E.I

DISETUJUI OLEH:  
KETUA PROGRAM STUDI

Dr. Isra Hayati, S.Pd., M.SI

Dekan,



Assoc. Prof Dr. Zailani, S.Pd.I., M.A



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/RAN-PT/Akred/PT/III/2019  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> [fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://twitter.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi ini disusun oleh

Nama Mahasiswa : **Novi Amalia Atami**  
NPM : **2201270027**  
Program Studi : **Perbankan Syariah**  
Judul Skripsi : **Persepsi Masyarakat Terhadap Label Halal  
(Studi Kasus Pelaku UMKM Kota Medan)**

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 09 Maret 2026

Pembimbing

**Alfi Amalia, S.E, M.E.I**

DISETUJUI OLEH :  
KETUA PROGRAM STUDI

**Dr. Isra Hayati, S.Pd., M.Si**

Dekan,



**Assoc. Prof. Dr. Zailani, SPd., MA**

## BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas  
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Novi Amalia Atami  
NPM : 2201270027  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Semester : VIII  
Tanggal Sidang : 17/04/2026  
Waktu : 09.00 s.d selesai

### TIM PENGUJI

PEMBIMBING : Alfi Amalia, S.E., M.E.I  
PENGUJI I : Dr. Isra Hayati, M.Si  
PENGUJI II : Dr. Pani Akhiruddin Siregar, MA



### PANITIA PENGUJI

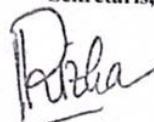
Ketua,



Assoc. Prof. Dr. Zailani, MA



Sekretaris,



Assoc. Prof. Dr. Rizka Harfiani, M.Psi

Unpui | Cerdas | Terpercaya

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN KEPUTUSAN  
BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI  
PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA  
Nomor : 158 th. 1987 Nomor : 0543bJU/1987**

**1. Konsonan**

Fenom konsonan Bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	‘	Komater balik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	L	I
ُ	Dammah	U	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
َـ ي □	Fathah dan ya	Ai	a dan i
َـ و □	Fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh :

- Kataba : كَتَبَ
- Fa'ala : فَعَمَ
- Kaifa : كَيْفَ

### c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
َـ ا □	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ِـ ي □	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
َـ و □	Fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh :

- qala : قَالَ

- rama : ياز
- qila : قيم

#### d. Ta marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua :

1) *Ta marbutah* hidup

*Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat *fatah*, *kasrah* dan

*amah*, transliterasinya (t).

2) *Ta marbutah* mati

*Ta marbutah* yang mati mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah(h).

3) Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh :

- raudah al-atfal – raudatul atfal : لزوضجاالطفا
- al-Madinahal - munawwarah : اندئهاالووج
- talhah : طلحج

#### e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda tasydid tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

- rabbana : رَبَّنَا - nazzala : نَزَّلَ
- al-birr : البِرِّ
- al-hajj : الْحَجِّ
- nu‘ima : نُوْعِي

#### f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan

atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiyah di transliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah di transliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

- ar-rajulu : انسجم
- as-sayyidatu : انسج
- asy-syamsu : انشس
- al-qalamu : انقهى
- Jalalu : انجانم

#### **g. Hamzah**

Dinyatakan didepan bahwa hamzah di transliterasikan dengan apostrof.

Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

- ta'khuzuna : تاخذو
- an-nau' : انىء
- syai'un : شىء
- inna : ا
- umirtu : اىست
- akala : اكم

## **h. Penulisan Kata**

pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harkat* yang dihilangkan, maka dalam transliterasinya ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

## **i. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana itu di dahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

- Wa mamuhammadunillarasul
- Inna awwalabaitnwudi`alinnasilalazibibakkatamubarakan.
- Syahru Ramadan al-lazunazilafihi al-Qur`anu
- Walaqadra`ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisannya itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh :

- Nasrunminallahi wafathunqariib
- Lillahi al-amrujami`an
- Wallahubikullisyai`in „,alim

**j. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.



## ABSTRAK

***Novi Amalia Atami, 2201270027, Persepsi Masyarakat Dalam Labelisasi Halal (Studi Kasus Pelaku UMKM Kota Medan) , Pembimbing Ibu Alfi Amalia, S.E.I, M.EI***

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi masyarakat dalam labelisasi halal pada produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Medan, khususnya di kawasan Jalan Denai. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya label halal sebagai jaminan kehalalan, keamanan, serta peningkatan kepercayaan konsumen Muslim terhadap produk yang dikonsumsi. Namun, dalam praktiknya masih terdapat perbedaan persepsi masyarakat terkait makna, fungsi, dan urgensi label halal pada produk UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap masyarakat serta pelaku UMKM di lokasi penelitian. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta menggunakan teknik triangulasi untuk menjamin keabsahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap label halal cenderung beragam. Sebagian masyarakat memandang label halal sebagai faktor penting dalam menentukan pilihan konsumsi karena dianggap sebagai jaminan kehalalan, kualitas, dan keamanan produk. Sementara itu, sebagian lainnya masih mengandalkan kepercayaan personal terhadap pelaku UMKM tanpa menjadikan label halal sebagai pertimbangan utama. Tingkat pemahaman masyarakat mengenai label halal juga bervariasi, dipengaruhi oleh faktor literasi halal, pengalaman, dan sosialisasi yang diterima. Selain itu, label halal terbukti berperan dalam membangun kepercayaan konsumen, meskipun belum sepenuhnya menjadi prioritas bagi seluruh masyarakat. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa persepsi masyarakat terhadap label halal pada produk UMKM di Kota Medan bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial penerangan, dan pengalaman. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan edukasi dan sosialisasi mengenai pentingnya label halal, serta dorongan bagi pelaku UMKM untuk memiliki sertifikasi halal guna meningkatkan daya saing dan kepercayaan konsumen.*

***Kata kunci:*** *Persepsi Masyarakat, Label Halal, UMKM, Kepercayaan Konsumen.*

## ABSTRACT

*Novi Amalia Atami, 2201270027, Public Perception of Halal Labeling (Case Study of MSME Actors in Medan City), Supervisor Ms. Alfi Amalia, S.E.I, M.EI*

This research aims to analyze public perception of halal labeling on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) products in Medan City, particularly in the Jalan Denai area. The background of this study is based on the importance of halal labels as guarantees of halalness, safety, and increased trust of Muslim consumers towards the products they consume. However, in practice, there are still differences in public perception regarding the meaning, function, and urgency of halal labels on MSME products. This study uses a qualitative approach with a case study method. Data collection techniques were conducted through interviews, observations, and documentation of the public and MSME actors in the research location. Data analysis was carried out descriptively through the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions, as well as Using triangulation techniques to ensure the validity of the data. The research results show that public perception of halal labels tends to be diverse. Some people view halal labels as an important factor in determining consumption choices because they are considered a guarantee of halalness, quality, and product safety. Meanwhile, others still rely on personal trust in MSME actors without making the halal label a primary consideration. The level of public understanding of halal labels also varies, influenced by factors such as halal literacy, experience, and the socialization received. In addition, halal labels have been proven to play a role in building consumer trust, although they are not yet entirely a priority for the entire community. The conclusion of this study is that public perception of halal labels on MSME products in Medan City is dynamic and influenced by various social, knowledge, and experiential factors. Therefore, there is a need to enhance education and socialization regarding the importance of halal labels, as well as to encourage MSME actors to have halal certification in order to increase competitiveness and consumer trust.

**Keywords:** Public Perception, Halal Label, MSMEs, Consumer Trust.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT karena berkat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 (S1) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Tak lupa pula Shalawat kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan petunjuk bagi umat beragama Islam. Skripsi ini diajukan dengan judul **“Persepsi Masyarakat Dalam Labelisasi Halal (Studi Kasus Pelaku UMKM Kota Medan)”**.

Penulis menyadari bahwa sesungguhnya penulis dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bimbingan dan nasehat serta pengarahan dari pihak-pihak terkait dan mungkin dalam penyajiannya masih jauh dari kesempurnaan. Mungkin kiranya masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan, karena itu dengan segenap kerendahan hati penulis menerima masukan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, untuk itu penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Kepada Orang Tua penulis Ibu Sry Astaty BR Simbolon dan Bapak Muhammad Azmi yang telah banyak memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan dan doa restu kepada penulis, atas segala jerih payah dan pengorbanan tanpa mengenal lelah dalam memenuhi.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc, Prof. Dr. Zailani, S.Pd.I, MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Assoc, Prof. Dr. Rizka Harfiani, M.Psi selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Dr. Muhammad Ruslan, M.Pd selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Dr. Isra Hayati, S.Pd, M.Si selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
7. Ibu Alfi Amalia, S.E.I, M.EI selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Kepada Nenek susu, Bude Ivo Fauziah, Terimakasih sudah menyayangi dan mengasihi penusi serta mensupport penulis di masa perkuliahan.
9. Kepada Abang Panji Dimas Pramana, Kakak Ismi Nadya S.Pd, Khaliza Atami S.E & Adik Gilang Taruna yang telah memberikan support kepada penulis agar selesainya laporan ini.
10. Kepada Yogi Andrian Girsang sebagai orang yang setia menemani Penulis dan mendukung penulis di setiap kondisi.
11. Kepada Sahabat penulis Mutia Khairani, Intan Suwandi, dan Azizah Khairunnisa, yang selalu menemani penulis selama penelitian dan penulisan skripsi.

Penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih kurang sempurna, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT, untuk itu penulis mengharapkan saran yang bersifat membangun dan mendukung demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Medan, 17 April 2026

**Novi Amalia Atami**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian .....	8
F. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>10</b>
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Konsep Persepsi.....	10
2. Konsep Halal.....	12
3. Konsep UMKM .....	16
B. Kajian Terdahulu .....	20
C. Kerangka Pemikiran .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	31
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	31
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	32
D Sumber Data Penelitian.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Teknik Analisis Data .....	34
G. Keabsahan Data.....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>35</b>
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	35
B. Hasil Penelitian.....	35
C. Pembahasan .....	38
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>49</b>

A. Kesimpulan.....	49
B. Saran .....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>51</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Nomor Tabel</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Halaman Tabel</b>
Tabel 2.1	Klasifikasi UMKM Menurut UU No. 20 Tahun 2008.....	18
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 2.3	Kerangka Pemikiran.....	28
Tabel 3.1	Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Penelitian.....	32
Tabel 4.1	Pemahaman Masyarakat.....	41
Tabel 4.2	Perbandingan Penelitian.....	44
Tabel 4.3	Kesimpulan Pola Temuan Penelitian.....	47
Tabel 4.4	Alur Konseptual Hasil Penelitian.....	48

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman Gambar</b>
<hr/>		
Gambar 2.1	Logo Halal.....	11

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, sehingga aspek kehalalan produk menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat, khususnya dalam mengkonsumsi makanan dan minuman. Salah satu bentuk jaminan kehalalan produk yang mudah dikenali oleh masyarakat adalah keberadaan label halal. Label halal tidak hanya berfungsi sebagai simbol keagamaan, tetapi juga sebagai bentuk jaminan kualitas, keamanan, serta kepercayaan konsumen terhadap produk yang dikonsumsi.

Hal ini sejalan dengan penelitian Nurul Hikmah et al. (2025) yang menyatakan bahwa peningkatan kesadaran halal masyarakat Indonesia mendorong permintaan terhadap produk bersertifikat halal, khususnya pada sektor UMKM.

Ruslan (2021) menjelaskan bahwa penguatan UMKM berbasis ekonomi syariah memerlukan dukungan dari berbagai aspek, salah satunya adalah kepastian kehalalan produk yang dihasilkan. Keberadaan label halal pada produk UMKM menjadi bentuk jaminan kepercayaan bagi masyarakat, khususnya konsumen Muslim, dalam memastikan bahwa produk yang dikonsumsi telah sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Oleh karena itu, persepsi masyarakat terhadap label halal memiliki peran penting dalam menentukan keberlanjutan dan daya saing UMKM di tingkat lokal.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap label halal memiliki peran penting dalam membentuk sikap dan perilaku konsumsi. Hidayah & Fadilah (2023) menjelaskan bahwa persepsi konsumen terhadap produk halal UMKM berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa label halal tidak hanya dipahami sebagai aspek religius, tetapi juga sebagai faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan minat beli masyarakat terhadap produk UMKM.

Penelitian yang juga dilakukan oleh Harfiani (2021) menunjukkan bahwa persepsi konsumen Muslim terhadap produk halal tidak hanya dipengaruhi oleh aspek religiusitas, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan terhadap label halal sebagai jaminan keamanan dan kualitas produk.

Penelitian panjaitan et al. (2023) juga menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap label halal dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, kebiasaan konsumsi, dan tingkat kepercayaan terhadap pelaku usaha itu sendiri.

Selain itu, Rahman & Sari (2023) menegaskan bahwa persepsi masyarakat terhadap label halal dipengaruhi oleh tingkat pemahaman dan sosialisasi yang diterima masyarakat. Masih ditemukannya perbedaan persepsi mengenai makna dan urgensi label halal menunjukkan bahwa tidak semua masyarakat memiliki pemahaman yang sama terhadap fungsi label halal. Sebagian masyarakat memandang label halal sebagai kebutuhan utama, sementara sebagian lainnya menganggap label halal hanya sebagai formalitas administratif.

Sejalan dengan hal tersebut, Hayati (2020) mengungkapkan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang memandang sertifikasi halal sebagai beban administratif, meskipun di sisi lain sertifikasi halal memiliki potensi besar dalam meningkatkan daya saing dan kepercayaan konsumen.

Anwar & Yusuf (2024) juga mengungkapkan bahwa mayoritas masyarakat Muslim memandang label halal sebagai aspek penting dalam memilih produk makanan. Namun, dalam praktiknya, masih terdapat masyarakat yang belum sepenuhnya menjadikan label halal sebagai pertimbangan utama, khususnya pada produk UMKM. Hal ini dipengaruhi oleh faktor kebiasaan, kepercayaan personal terhadap pelaku usaha, serta anggapan bahwa produk UMKM lokal pada umumnya sudah halal meskipun belum memiliki label halal resmi.

Pandangan masyarakat terhadap produk berlabel halal juga dikaji oleh Fauziah & Kurniawan (2022) yang menyatakan bahwa masyarakat pada umumnya memiliki pandangan positif terhadap produk yang berlabel halal karena dianggap lebih aman dan terpercaya. Namun demikian, perbedaan tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat menyebabkan adanya variasi pandangan terhadap pentingnya label halal, terutama pada produk yang diproduksi oleh pelaku UMKM.

Dari sisi pelaku usaha, Putra & Maulana (2024) menjelaskan bahwa sertifikasi halal memberikan dampak positif terhadap perkembangan UMKM seperti peningkatan kepercayaan konsumen dan perluasan pasar. Akan tetapi, masih terdapat pelaku UMKM yang belum memiliki sertifikasi halal karena keterbatasan informasi, biaya, dan anggapan bahwa sertifikasi halal belum menjadi kebutuhan mendesak. Kondisi ini berdampak pada beragamnya produk UMKM yang beredar di masyarakat, baik yang telah berlabel halal maupun yang belum.

Sebagaimana dijelaskan dalam penelitian Amalia et al (2012) keterbatasan UMKM dalam mengelola informasi dan pemasaran menyebabkan produk yang sebenarnya memiliki potensi besar belum dikenal secara luas oleh masyarakat. Kondisi ini sejalan dengan fenomena yang terjadi pada pelaku UMKM di Kota Medan, di mana masih ditemukan produk UMKM yang belum memiliki atau belum menampilkan label halal secara optimal, meskipun peluang pasar masyarakat Muslim sangat besar.

Fenomena tersebut relevan dengan kondisi UMKM di Jalan Denai, Kota Medan yang merupakan kawasan dengan aktivitas ekonomi masyarakat yang cukup tinggi dan didominasi oleh pelaku UMKM, khususnya di sektor makanan dan minuman. Masyarakat di kawasan ini memiliki latar belakang sosial dan tingkat pemahaman yang beragam sehingga persepsi terhadap label halal sebagai pertimbangan utama dalam memilih produk, sementara sebagian lainnya masih mengandalkan kepercayaan personal terhadap pelaku UMKM.

Pemerintah Indonesia melalui Undang - Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal telah mewajibkan sertifikasi halal bagi berbagai jenis produk. Namun pada realitasnya, implementasi kebijakan ini di tingkat pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu faktor kunci yang memengaruhi keberhasilan program ini adalah persepsi para pelaku usaha UMKM itu sendiri.

Dari perspektif agama, konsep halal-haram merupakan tuntunan penting bagi umat Islam yang langsung berpengaruh pada praktik konsumsi sehari-hari. Al-Qur'an secara eksplisit menyeru umat untuk mengonsumsi "yang halal dan baik".

QS Al-Baqarah : 168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ  
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

artinya: “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”

Memerintahkan manusia untuk makan makanan yang halal (diperbolehkan syariat) lagi thayyib (baik, sehat, dan bersih) dari rezeki di bumi, serta melarang mengikuti langkah setan yang mengajak pada keburukan.

QS Al-Baqarah : 172

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ  
إِنْ كُنْتُمْ إِتْيَاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١٧٢﴾

artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, makanlah dari rezeki yang baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya”

Secara khusus ditujukan kepada orang beriman untuk makan yang halal lagi baik dan bersyukur kepada Allah, menegaskan bahwa makanan halal adalah syarat diterimanya ibadah dan doa. (mis.quran.com). Sementara hadist Nabi menjelaskan pentingnya menjauhi perkara yang meragukan agar seseorang terhindar dari yang haram. Rujukan-rujukan ini memberi landasan normatif mengapa kejelasan label halal menjadi keutuhan moral dan religius bagi banyak konsumen Muslim. Oleh karena itu, kajian terhadap persepsi masyarakat baik pemahaman tingkat kepercayaan, maupun perilaku yang berhubungan dengan label halal tidak hanya relevan dari sisi pemasaran dan kebijakan, tetapi juga dari sisi pemenuhan kebutuhan beragama masyarakat.

Selain itu perintah untuk mengonsumsi yang halal, Al-Qur’an juga secara tegas melarang umat Islam mengonsumsi makanan yang haram, sebagaimana firman Allah dalam.

### QS Al-Mai'dah ayat 3

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلِيَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ

Artinya: “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah”.

Menurut Susanto & Nugroho (2021), kesadaran dan persepsi pelaku UMKM makanan di Indonesia terhadap sertifikasi halal sangat bervariasi. Sebagian pelaku usaha melihat label halal sebagai nilai tambah (*value added*) yang memperluas jangkauan pasar, sementara sebagian lainnya masih menganggap proses sertifikasi sebagai prosedur yang rumit, mahal, dan birokratis. Persepsi yang beragam ini sering kali menghambat percepatan kepemilikan sertifikat halal di sektor industri kreatif dan kuliner.

Kota Medan, sebagai salah satu pusat ekonomi terbesar di luar Pulau Jawa, memiliki dinamika UMKM yang sangat pesat. Heterogenitas masyarakat Kota Medan memberikan warna tersendiri pada bagaimana pelaku usaha memandang urgensi label halal. Meskipun potensi pasar produk halal di Medan sangat besar, masih banyak pelaku UMKM yang belum memprioritaskan label halal sebagai bagian dari strategi bisnis mereka. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana pemahaman dan sikap para pelaku usaha di Kota Medan terhadap kebijakan labelisasi halal tersebut.

Fenomena tersebut relevan dengan kondisi UMKM di Jalan Denai, Kota Medan, yang merupakan kawasan dengan aktivitas ekonomi masyarakat yang cukup tinggi dan didominasi oleh pelaku UMKM, khususnya di sektor makanan dan minuman. Masyarakat di kawasan ini memiliki latar belakang sosial dan tingkat pemahaman yang beragam sehingga persepsi terhadap label halal pada produk UMKM juga cenderung berbeda-beda. Sebagian masyarakat menjadikan label halal sebagai pertimbangan utama dalam memilih produk, sementara sebagian lainnya masih mengandalkan kepercayaan personal terhadap pelaku UMKM.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dilihat bahwa persepsi masyarakat terhadap label halal pada produk UMKM masih menjadi fenomena yang kompleks dan belum dipahami secara mendalam, khususnya dalam konteks lokal Jalan Denai, Kota Medan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan

untuk menggali secara mendalam persepsi masyarakat terhadap label halal, pemahaman masyarakat mengenai makna dan fungsi label halal, serta peran label halal dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap produk UMKM.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dilakukan guna memahami persepsi masyarakat terhadap label halal, terutama pada produk UMKM di Kota Medan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris tentang pandangan konsumen sekaligus menjadi bahan masukan bagi para pelaku UMKM dan pihak terkait dalam meningkatkan kualitas produk dan strategi pemasaran berbasis halal secara efektif.

Berdasarkan penjabaran di atas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“Persepsi Masyarakat Dalam Labelisasi Halal (Studi Kasus Pelaku UMKM Kota Medan**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menggali lebih dalam pandangan masyarakat dan pelaku UMKM mengenai pentingnya label halal dalam konteks ekonomi syariah dan daya saing produk di pasar lokal.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Belum diperolehnya gambaran yang mendalam mengenai persepsi masyarakat yang berdomisil di Jalan Denai. Tentang keberadaan label halal pada produk UMKM di Jalan Denai, Kota Medan.
2. Belum terungkap secara komprehensif pemahaman masyarakat yang berada di sekitar Jalan Denai. Terkait makna, fungsi, dan urgensi label halal pada produk UMKM di Jalan Denai, Kota Medan.
3. Belum diketahui bagaimana label halal dimaknai oleh masyarakat yang berada di Jalan Denai. Dalam membangun rasa kepercayaan terhadap produk UMKM di Jalan Denai, Kota Medan
4. Masih terdapat variasi pandangan dan pengalaman masyarakat Jalan Denai, Kota Medan. Dalam menyikapi produk UMKM yang memiliki label halal dan yang tidak memiliki label halal.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi masyarakat yang berdomisili di Jalan Denai. Tentang keberadaan label halal pada produk UMKM di Jalan Denai, Kota Medan?
2. Bagaimana pemahaman masyarakat yang berada di sekitar Jalan Denai. Mengenai makna dan fungsi label halal pada produk UMKM di Jalan Denai, Kota Medan?
3. Bagaimana label halal dimaknai masyarakat Jalan Denai. Dalam membangun kepercayaan terhadap produk UMKM di Jalan Denai, Kota Medan?
4. Bagaimana pengalaman dan pandangan masyarakat sekitar Jalan Denai. Dalam memilih produk UMKM yang memiliki dan yang tidak memiliki label halal di Jalan Denai, Kota Medan?

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan persepsi masyarakat di Jalan Denai, Kota Medan. Tentang keberadaan label halal pada produk UMKM di Jalan Denai, Kota Medan.
2. Untuk memahami dan menganalisis pemahaman masyarakat Jalan Denai, mengenai makna dan fungsi label halal pada produk UMKM di Jalan Denai, Kota Medan.
3. Untuk mengungkap bagaimana label halal dimaknai masyarakat Jalan Denai dalam membangun kepercayaan terhadap produk UMKM di Jalan Denai, Kota Medan.
4. Untuk mendeskripsikan pengalaman dan pandangan masyarakat Jalan Denai, dalam memilih produk UMKM yang memiliki dan yang tidak memiliki label halal di Jalan Deani, Kota Medan.

## **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis bagi berbagai pihak, sebagai berikut:

### 1. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan kajian tambahan bagi peneliti berikutnya yang ingin mengkaji tema serupa dengan pendekatan dan perspektif yang berbeda.

### 2. Bagi Pihak Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya label halal dalam memilih produk yang sesuai dengan prinsip syariah.

### 3. Bagi Pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM di Jalan Denai, Kota Medan dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan terhadap sertifikasi serta pelabelan halal guna membangun kepercayaan konsumen.

## **F. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah penyelesaian dari penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

- BAB I** : Bab ini menguraikan gambaran umum penelitian yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.
- BAB II** : Bab ini membahas landasan teori yang relevan dengan penelitian, antara lain konsep persepsi masyarakat, label halal, sertifikasi halal, serta UMKM. Selain itu, bab ini juga memuat penelitian terdahulu yang relevan dan kerangka pemikiran yang digunakan sebagai dasar analisis penelitian
- BAB III** : Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif.
- BAB IV** : Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya, hasil penelitian tersebut dianalisis dan dibahas secara mendalam dengan mengaitkannya pada teori dan konsep yang relevan.

BAB V : Bab ini berisi kesimpulan yang merupakan jawaban atas rumusan masalah penelitian serta saran yang diberikan kepada pihak-pihak terkait berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORITIS**

#### **A. Kajian Pustaka**

##### **1. Konsep Persepsi**

Persepsi merupakan proses kognitif yang memungkinkan individu memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan stimulus sehingga membentuk makna tertentu terhadap suatu objek. Dalam konteks perilaku konsumen, persepsi menjadi faktor utama yang mempengaruhi sikap dan keputusan pembelian.

Persepsi masyarakat terhadap label halal tidak terbentuk secara sederhana, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang bersifat internal maupun eksternal. Secara internal, persepsi dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan, pengalaman, serta nilai-nilai religius yang dianut oleh individu. Masyarakat yang memiliki pemahaman agama yang kuat cenderung lebih memperhatikan keberadaan label halal dalam memilih produk yang akan dikonsumsi.

Selain itu, faktor pengalaman juga turut memengaruhi persepsi. Pengalaman positif dalam mengonsumsi produk halal akan membentuk persepsi yang baik terhadap label halal, sedangkan pengalaman negatif dapat menimbulkan keraguan terhadap kehalalan suatu produk.

Sementara itu, faktor eksternal meliputi lingkungan sosial, budaya, serta informasi yang diterima dari media. Lingkungan sosial seperti keluarga dan teman sebaya memiliki peran penting dalam membentuk persepsi individu terhadap pentingnya label halal.

Dengan demikian, persepsi masyarakat terhadap label halal merupakan hasil interaksi antara faktor kognitif, afektif, dan sosial yang saling memengaruhi.

Menurut Stephen P. Robbins & Timothy A. Judge (2017), persepsi adalah proses di mana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan sensorik guna memberi makna terhadap lingkungan mereka. Persepsi tidak

bersifat objektif, melainkan dipengaruhi oleh pengalaman, nilai, dan latar belakang individu.

Dalam konteks pemasaran, Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2016) menjelaskan bahwa persepsi konsumen merupakan proses seleksi, organisasi, dan interpretasi informasi untuk membentuk gambaran bermakna mengenai suatu produk. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa dalam konteks halal, persepsi masyarakat dipengaruhi oleh: literasi halal, tingkat religiusitas, pengalaman konsumsi, sosialisasi regulasi halal (Anas et al., 2023)

Hidayati (2024) menemukan bahwa persepsi positif terhadap label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk UMKM. Dengan demikian, persepsi terhadap label halal tidak hanya bersifat religius, tetapi juga psikologis dan sosial.

Persepsi masyarakat terhadap suatu objek tidak hanya dipengaruhi oleh stimulus yang diterima, tetapi juga oleh proses seleksi, interpretasi, dan organisasi informasi. Dalam hal ini, masyarakat cenderung memilih informasi yang sesuai dengan nilai dan keyakinan yang dianutnya.

Selain itu, persepsi juga bersifat subjektif, sehingga dapat berbeda antara satu individu dengan individu lainnya meskipun menghadapi objek yang sama. Perbedaan ini dipengaruhi oleh latar belakang sosial, tingkat pendidikan, pengalaman serta lingkungan budaya.

Dalam konteks label halal, persepsi masyarakat tidak hanya dibentuk oleh pengetahuan tentang halal, tetapi juga oleh tingkat religiusitas dan kebiasaan konsumsi sehari-hari. Masyarakat dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung memiliki persepsi yang lebih positif terhadap pentingnya label halal dibandingkan dengan masyarakat yang tingkat pemahamannya rendah.

Oleh karena itu, persepsi masyarakat terhadap label halal merupakan hasil dari interaksi antara faktor kognitif, afektif, dan lingkungan sosial yang membentuk cara pandang individu terhadap suatu produk.

## 2. Konsep Halal

Konsep halal tidak hanya sebatas pada bahan baku, tetapi juga mencakup seluruh proses produksi, mulai dari pengolahan, penyimpanan, hingga distribusi produknya. Oleh karena itu, kehalalan suatu produk harus dijaga secara menyeluruh agar tetap sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

Secara terminologis, halal berarti sesuatu yang diperbolehkan menurut syariat Islam. Dalam konteks kontemporer, halal tidak hanya mencakup bahan baku, tetapi juga proses produksi, penyimpanan, distribusi, dan manajemen rantai pasok.

Pelaksanaan sertifikasi halal di Indonesia berada di bawah:

- a). Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH)
- b). Majelis Ulama Indonesia (MUI)

sejak 2022, Indonesia menggunakan label halal nasional terbaru berdasarkan Keputusan Kepala BPJPH No. 40 Tahun 2022.



Gambar 2.1 Logo Halal

Perubahan desain ini bertujuan memperkuat identitas halal nasional serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk bersifat halal.

Fuadi, Soemitra & Nawawi (2022) menyatakan bahwa sertifikasi halal meningkatkan legitimasi dan daya saing UMKM. Muntholip & Setiawan (2025) melalui systematic literature review menegaskan bahwa halal certification memiliki dampak signifikan terhadap trust dan market expansion UMKM.

Dalam konteks halal, persepsi konsumen tidak hanya dibentuk oleh faktor kognitif, tetapi juga oleh nilai religius dan pengalaman konsumsi yang berulang-ulang. Anas et al., (2023)

Konsep halal dalam konteks modern tidak hanya menyangkut bahan, tetapi juga proses produksi, distribusi, dan manajemen rantai pasok. Pengertian Halal Istilah *halal* berasal dari bahasa Arab yang berarti

“diperbolehkan” atau “tidak dilarang” menurut syariat Islam. Halal merupakan ketentuan yang mengatur tentang keabsahan suatu produk, terutama makanan dan minuman, agar dapat dikonsumsi oleh umat Muslim. Konsep Halal memiliki landasan yang kuat dalam Al-Qur’an. Allah SWT memerintahkan umat manusia untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik (*halalan thayyiban*), sebagaimana firman-Nya:

Q.S Al-Baqarah [2]:168

يَتَّيَّهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ  
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

artinya: “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”

Ayat ini menegaskan bahwa perintah mengonsumsi makanan halal tidak hanya ditujukan kepada umat Islam, tetapi juga kepada seluruh manusia. Hal ini menunjukkan bahwa konsep halal memiliki nilai universal, termasuk aspek kebersihan, keamanan, dan kebaikan bagi kesehatan. Selain itu, Allah SWT juga berfirman:

Q.S Al-Ma’idah [5]:88

وَكُلُّوْا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِء مُؤْمِنُونَ

artinya: “Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kepada-Nya kamu beriman”

Ayat ini menegaskan bahwa mengonsumsi produk halal merupakan bagian dari ketaatan dan ketakwaan kepada Allah SWT. Dalam konteks produk UMKM, penerapan label halal menjadi bentuk tanggung jawab pelaku usaha dalam menyediakan produk yang sesuai dengan ajaran Islam. Selain Al-Qur’an, hadis Nabi Muhammad SAW juga menegaskan pentingnya kehalalan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas konsumsi dan usaha. Rasulullah SAW bersabda:

إِنَّ اللَّهَ طَيِّبٌ لَا يَقْبَلُ إِلَّا طَيِّبًا

Artinya: “*Sesungguhnya Allah itu Maha Baik dan tidak menerima kecuali yang baik (halal)*”. (HR.Muslim)

Undang - Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Di Indonesia, dasar hukum pelaksanaan jaminan produk halal merujuk pada UU Republik Indonesia No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). UU ini menegaskan bahwa setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikasi halal, khususnya bagi produk pangan, minuman, obat, kosmetik, dan barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat (UU JPH 2014).

UU JPH memiliki tiga tujuan utama yaitu:

- 1) Memberikan kepastian hukum bagi masyarakat Muslim terkait kehalalan produk.
- 2) Melindungi konsumen Muslim dalam mengonsumsi produk yang sesuai syariah.
- 3) Meningkatkan nilai tambah produk, khususnya produk UMKM, agar lebih kompetitif di pasar nasional maupun internasional.

Penelitian Fuadi et al. (2022) menyatakan bahwa implementasi sertifikasi halal pada UMKM berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kepercayaan konsumen dan legitimasi usaha.

Label halal memiliki peran yang sangat penting dalam membangun kepercayaan konsumen, khususnya dalam masyarakat Muslim. Kepercayaan merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk, terutama produk makanan dan minuman.

Keberadaan label halal pada suatu produk memberikan jaminan bahwa produk tersebut telah melalui proses pemeriksaan dan dinyatakan sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Hal ini akan meningkatkan rasa aman dan keyakinan konsumen dalam mengonsumsi produk tersebut.

Dalam konteks UMKM, label halal juga berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan daya saing produk di pasar. Produk yang memiliki label

halal cenderung lebih dipercaya dan diminati oleh konsumen dibandingkan dengan produk yang tidak memiliki label halal.

Oleh karena itu, label halal tidak hanya berfungsi sebagai simbol keagamaan, tetapi juga sebagai strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Dengan diberlakukannya UU JPH, sertifikasi halal yang sebelumnya dikelola sepenuhnya oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), kini menjadi kewenangan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Namun, MUI tetap berperan dalam penetapan fatwa kehalalan produk. Lembaga yang Berwenang dalam Sertifikasi Halal Pelaksanaan sertifikasi halal di Indonesia melibatkan beberapa lembaga, yaitu:

1) BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal)

BPJPH merupakan lembaga pemerintah di bawah Kementerian Agama yang memiliki kewenangan dalam pendaftaran, penerbitan, dan pengelolaan sertifikasi halal. Tugas BPJPH meliputi akreditasi lembaga pemeriksa halal (LPH), registrasi sertifikasi halal, serta sosialisasi kebijakan halal kepada masyarakat dan pelaku usaha (BPJPH 2020).

2) LPH (Lembaga Pemeriksa Halal)

LPH bertugas melakukan pemeriksaan dan pengujian kehalalan produk. Salah satu LPH yang paling dikenal di Indonesia adalah LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia). LPPOM MUI memeriksa bahan baku, proses produksi, penyimpanan, distribusi, hingga fasilitas produksi untuk memastikan kehalalan produk.

3) MUI (Majelis Ulama Indonesia)

MUI berwenang dalam penetapan fatwa halal terhadap produk setelah menerima laporan hasil pemeriksaan dari LPH. Keputusan fatwa halal dikeluarkan melalui sidang komisi fatwa MUI. Artinya, meskipun BPJPH menerbitkan sertifikat halal, namun dasar penerbitannya tetap melalui penetapan fatwa MUI.

Konsep halal dalam Islam tidak hanya terbatas pada aspek bahan baku, tetapi juga mencakup seluruh rangkaian proses produksi. Hal ini

meliputi cara memperoleh bahan, proses pengolahan, penyimpanan, hingga distribusi produk kepada konsumen.

Selain itu, konsep halal juga berkaitan erat dengan prinsip *thayyib* yaitu, baik, aman dan bermanfaat bagi kesehatan. Dengan demikian, suatu produk tidak hanya harus halal secara hukum Islam, tetapi juga harus memenuhi standar kebersihan dan kualitas yang baik.

Dalam perkembangan ekonomi modern, konsep halal telah menjadi bagian dari gaya hidup (*halal lifestyle*), di mana masyarakat semakin sadar akan pentingnya mengonsumsi produk yang terjamin kehalalannya. Hal ini mendorong pelaku usaha, termasuk UMKM, untuk lebih memperhatikan aspek kehalalan produk mereka.

Oleh karena itu, label halal tidak hanya berfungsi sebagai penanda keagamaan, tetapi juga sebagai indikator kualitas, keamanan, dan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk.

Selain itu, konsep halal juga memiliki dimensi etika bisnis, di mana pelaku usaha dituntut untuk menjaga kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab dalam proses produksi. Produk yang diklaim halal harus benar – benar memenuhi standar yang telah ditetapkan, sehingga tidak menyesatkan konsumen.

Dalam konteks globalisasi, konsep halal juga telah berkembang menjadi bagian dari sistem ekonomi global yang dikenal dengan istilah industri halal (*halal industry*). Industri ini mencakup berbagai sektor, seperti makanan, minuman, kosmetik, farmasi, hingga pariwisata.

Perkembangan ini menunjukkan bahwa halal bukan hanya isu keagamaan, tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Oleh karena itu, label halal menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk, baik di pasar domestik maupun internasional.

### **3. Konsep UMKM**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, terutama dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. UMKM juga menjadi sektor yang paling banyak diminati oleh masyarakat karena fleksibel dan kemudahan dalam memulai usaha.

Namun, dalam perkembangannya, UMKM menghadapi tantangan, salah satunya adalah dalam memenuhi standar sertifikasi halal. Banyak pelaku UMKM yang

belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai pentingnya sertifikasi halal serta prosedur yang harus dilalui.

Selain itu, keterbatasan sumber daya, baik dari segi finansial maupun pengetahuan, menjadi kendala utama dalam proses pengurusan sertifikasi halal. Hal ini menyebabkan masih banyak produk UMKM yang belum memiliki label halal meskipun mayoritas konsumennya adalah masyarakat Muslim.

Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari berbagai pihak, baik pemerintah maupun lembaga terkait, untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan pelaku UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal guna meningkatkan daya saing produk mereka di pasar.

Dalam konteks pengembangan usaha, UMKM memiliki karakteristik yang unik dibandingkan dengan usaha besar, yaitu fleksibel dalam operasional dan kedekatan dengan konsumen. Hal ini memungkinkan UMKM untuk lebih cepat beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan pasar, termasuk meningkatnya permintaan terhadap produk halal.

Namun demikian, keterbatasan akses terhadap informasi dan teknologi seringkali menjadi hambatan bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya. Banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, termasuk dalam memasarkan produk halal.

Selain itu, rendahnya tingkat literasi halal di kalangan UMKM juga menjadi tantangan tersendiri. Hal ini menyebabkan masih banyak pelaku usaha yang belum memahami pentingnya sertifikasi halal sebagai upaya meningkatkan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu diperlukan upaya edukasi dan pendampingan yang berkelanjutan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya label halal, sehingga dapat mendorong peningkatan kualitas produk dan daya saing usaha.

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan regulasi nasional, UMKM diklasifikasikan berdasarkan aset dan omzet usaha. Dalam perspektif ekonomi syariah, UMKM khususnya sektor kuliner wajib memenuhi prinsip *halalan thayyiban*, yaitu halal dan baik secara kualitas.

Penelitian Hasibuan & Rahmayati (2024) menunjukkan bahwa rendahnya literasi halal menjadi faktor utama lambatnya implementasi sertifikasi halal pada UMKM. Ichsan et al (2024) juga menekankan pentingnya kajian kontekstual berbasis lokal dalam memahami persepsi masyarakat terhadap produk halal UMKM.

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, dalam perkembangannya, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, salah

satunya adalah dalam memperoleh sertifikasi halal. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan sumber daya, baik dari segi finansial maupun pengetahuan.

Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya menjadi kewajiban regulatif, tetapi juga strategi peningkatan reputasi usaha. Definisi UMKM merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, termasuk dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Di Indonesia, definisi UMKM merujuk pada Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, yang mengklasifikasikan UMKM berdasarkan modal, aset, dan omzet usaha. Adapun klasifikasi UMKM menurut UU No. 20 Tahun 2008 adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1**

**Klasifikasi UMKM Menurut UU No. 20 Tahun 2008**

Kategori	Kriteria Kekayaan Bersih	Hasil Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal Rp.50 juta (di luar tanah dan bangunan usaha)	Maksimal Rp. 300 juta
Usaha Kecil	>Rp.50 juta - Rp.500 juta	>Rp.300 juta – Rp.2,5 miliar
Usaha Menengah	>Rp. 500 juta - Rp.10 miliar	>Rp.2,5 miliar – Rp.50 miliar

Secara umum, UMKM memiliki karakteristik sebagai berikut:  
(Tambunan 2019)

- 1) Modal usaha terbatas
- 2) Dikelola secara mandiri oleh pemilik usaha dan keluarganya
- 3) Menggunakan tenaga kerja dengan jumlah terbatas
- 4) Manajemen usaha masih sederhana dan belum terstruktur.
- 5) Akses terhadap pembiayaan dan teknologi masih rendah

Perkembangan UMKM di Indonesia sangat pesat termasuk di Jalan Denai, Kota Medan. Mayoritas UMKM di sana bergerak dalam sektor kuliner seperti makanan, minuman, dan jajanan khas daerah. Sektor ini

menjadi sangat relevan untuk dikaji dalam konteks halal karena menyangkut konsumsi masyarakat secara langsung.

Hikmah et al. (2025) menemukan bahwa kendala utama sertifikasi halal pada UMKM meliputi keterbatasan biaya, kurangnya sosialisasi, dan kompleksitas prosedur.

UMKM kuliner dalam Perspektif Ekonomi Syariah dalam ekonomi syariah, usaha kuliner tidak hanya dituntut untuk menghasilkan keuntungan, tetapi juga wajib mematuhi prinsip halal dan *thayyib*. Konsep *halalan thayyiban* berarti bahwa makanan tidak hanya harus halal dari sumber bahan dan prosesnya, tetapi juga harus baik, sehat, bersih, dan bermanfaat bagi konsumen. Hal ini sesuai dengan konsep *maslahah (kemaslahatan)*, yaitu upaya untuk menciptakan manfaat dan menghindari mudarat bagi masyarakat. Menurut (Antonio, 2011), Prinsip syariah dalam usaha mencakup kejujuran, keadilan, transparansi, serta menghindari hal-hal yang dilarang dalam Islam. Dengan demikian, pelaku UMKM kuliner yang menerapkan label halal memiliki nilai kelebihan karena tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga memenuhi tuntutan moral dan religius bagi konsumen Muslim.

Tantangan UMKM dalam Pengurusan Sertifikasi Halal Meskipun sertifikasi halal memberikan banyak manfaat, pelaku UMKM sering menghadapi beberapa tantangan dalam proses pengurusannya. Berdasarkan penelitian FASiregar (2022) dan Fitriyani (2024), tantangan utama yang sering dihadapi UMKM, yaitu:

- 1) Kurangnya informasi dan pemahaman

Banyak pelaku UMKM belum memahami prosedur sertifikasi halal, standar bahan halal, dan perbedaan antara sertifikasi halal dengan sekedar mencantumkan label halal pada kemasan.

- 2) Keterbatasan biaya

Meskipun pemerintah telah memberikan fasilitas sertifikasi halal gratis (*SEHATI*), sebagian UMKM tetap menganggap biaya dan administrasi sertifikasi cukup memberatkan.

- 3) Proses yang dianggap rumit dan lama  
Verifikasi, audit, dan pemeriksaan bahan baku dianggap memakan waktu, sehingga pelaku UMKM kurang termotivasi untuk mengurus sertifikasi halal.
- 4) Kurangnya tenaga ahli dan pendamping halal  
Banyak UMKM yang masih belum memiliki Halal Supervisor atau tenaga yang memahami standar halal dalam proses produksi.
- 5) Tidak ada tuntutan konsumen  
Beberapa UMKM merasa bahwa konsumen tetap membeli produk mereka meskipun tanpa label halal, sehingga mereka beranggapan sertifikasi halal tidak memberikan dampak yang signifikan pada penjualan.

Tantangan ini menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal, dan akan menjadi fokus dalam penelitian ini untuk memahami hambatan dan peluang peningkatan sertifikasi halal di Jalan Denai, Kota Medan. Menurut Hasibuan (2023), rendahnya tingkat literasi halal dikalangan pelaku UMKM juga menjadi salah satu faktor utama lambatnya implementasi sertifikasi halal, terutama pada sektor UMKM.

## **B. Kajian Terdahulu**

Kajian terdahulu bertujuan untuk menunjukkan posisi penelitian yang dilakukan penulis serta mengidentifikasi celah penelitian (research gap) yang belum dikaji secara mendalam oleh peneliti sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan Hidayati (2024) meneliti persepsi konsumen terhadap produk halal UMKM dan dampaknya terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal dipandang sebagai simbol jaminan keamanan dan kepatuhan syariah oleh konsumen Muslim. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis statistik. Perbedaannya dengan penelitian ini terletak pada pendekatannya, di mana penelitian penulis menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus lokal di Jalan Denai, Kota Medan.

Aziz & Chok (2013) menunjukkan bahwa halal awareness dan sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Nuraini & Saepurohman (2024) menemukan bahwa masyarakat Muslim cenderung menjadikan label halal sebagai indikator utama dalam menilai keamanan produk yang makanan yang di jual UMKM.

Penelitian Muntholip & Setiawan (2025) melalui systematic literature review membahas hubungan antara sertifikasi halal dan daya saing UMKM di Indonesia. Hasil kajian menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pasar. Namun penelitian tersebut bersifat kajian literatur dan tidak melakukan eksplorasi lapangan, sehingga belum menggambarkan pengalaman dan makna subjektif masyarakat terhadap label halal.

Penelitian Hasibuan & Rahmayati (2024) meneliti pemahaman pelaku UMKM terhadap regulasi halal di Kota Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya literasi halal menjadi faktor penghambat kepemilikan sertifikat halal. Penelitian ini berfokus pada pelaku usaha, sedangkan penelitian penulis menitikberatkan pada persepsi masyarakat sebagai konsumen.

Penelitian Ichsan et al. (2024) mengkaji persepsi masyarakat terhadap produk halal berbasis UMKM lokal. Penelitian tersebut menekankan pentingnya pendekatan kontekstual dalam memahami persepsi halal. Namun, penelitian tersebut tidak secara spesifik mengkaji peran label halal dalam membangun kepercayaan konsumen secara mendalam melalui pendekatan kualitatif studi kasus.

Penelitian Qomariyah (2023) meneliti persepsi pelaku UMKM terhadap kepemilikan sertifikasi halal untuk meningkatkan daya saing produk. Hasil penelitian menunjukkan adanya persepsi positif dan negatif terhadap sertifikasi halal, tergantung pada tingkat pemahaman dan pengalaman usaha. Perbedaannya, penelitian ini lebih berfokus pada sudut pandang pelaku usaha, bukan persepsi masyarakat.

**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil
1	Hidayati (2024)	Persepsi Konsumen terhadap Produk Halal dari UMKM: Dampak terhadap Keputusan Pembelian	Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dan berfokus pada pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian secara statistik, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali persepsi masyarakat secara mendalam.  penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sudti kasus di Jalan Denai, Kota Medan.
2	Anas, Saputro & Wahdah (2023)	Persepsi Halal dan Pemahaman sertifikasi Halal	penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sudti kasus di Jalan Denai, Kota Medan. Penelitian ini bersifat deskriptif dan penelitian tersebut bersifat umum dan tidak berfokus pada UMKM, sedangkan penelitian ini secara spesifik mengkaji persepsi masyarakat terhadap produk UMKM di lokasi tertentu.

3	Muntholip & Setiawan (2025)	Sertifikasi Halal dan Daya Saing UMKM di Indonesia: Studi Systematic Literature Review	Penelitian menggunakan metode Literature Review ini hanya berbasis kajian literatur tanpa data lapangan, sedangkan penelitian ini menggunakan studi kasus lapangan untuk menggali pengalaman masyarakat secara langsung..
4	Hasibuan & Rahmayati (2024)	Pemahaman Pelaku UMKM terhadap Regulasi Sertifikasi Halal	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan penelitian tersebut berfokus pada pelaku UMKM, sedangkan penelitian ini berfokus pada persepsi masyarakat sebagai konsumen.
5	Ichsan, et al (2024)	Persepsi Masyarakat terhadap Produk Halal Berbasis UMKM Lokal	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif penelitian tersebut tidak secara mendalam mengkaji makna label halal dalam membangun kepercayaan, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada pemaknaan label halal dan pembentukan kepercayaan.

6	Fuadi et al. (2022)	Implementasi Sertifikasi Halal Pada UMKM	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif penelitian tersebut berfokus pada implementasi sertifikasi halal, sedangkan penelitian ini mengkaji persepsi dan pemahaman masyarakat terhadap label halal.
7	Nuraini & Saepurohman (2024)	Pengaruh Label Halal terhadap Kepercayaan Konsumen	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan penelitian tersebut menguji hubungan langsung antara label halal dan kepercayaan, sedangkan penelitian ini menggali bagaimana label halal dimaknai dalam membangun kepercayaan secara kualitatif.
8	Hikmah et al. (2025)	Tantangan Sertifikasi Halal Pada UMKM	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan penelitian tersebut berfokus pada kendala sertifikasi halal, sedangkan penelitian ini berfokus pada persepsi masyarakat terhadap label halal.

9	Rahman et al. (2020)	Halal Label dan Perilaku Konsumen Muslim	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan penelitian tersebut menitikberatkan pada perilaku konsumsi, sedangkan penelitian ini mengkaji persepsi dan pemaknaan sosial masyarakat terhadap label halal.
10	Lestari et al. (2022)	Kesadaran Halal dan Keputusan Pembelian Produk Makanan	Penelitian menggunakan metode kuantitatif dan penelitian tersebut berfokus pada pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada persepsi, pemahaman, dan kepercayaan masyarakat.

Berdasarkan hasil jaiian terhadap penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa sebagian besar penelitian lebih berfokus pada pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian, minat beli, serta kepercayaan konsumen. Selain itu, beberapa penelitian juga menitikberatkan pada aspek literasi halal, kesadaran halal, serta implementasi sertifikasi halal pada pelaku UMKM.

Namun demikian, masih terdapat keterbatasan penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana persepsi masyarakat terhadap label halal, terutama dalam konteks produk UMKM di tingkat lokal. Penelitian sebelumnya cenderung menggunakan kuantitatif dengan fokus pada hubungan variabel, sehingga belum menggali secara mendalam pemaknaan masyarakat terhadap label halal itu sendiri.

Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menggunakan pendekatan kualitatif guna memahami secara lebih

mendalam bagaimana persepsi, pemahaman, serta pemaknaan masyarakat terhadap label halal pada produk UMKM di Kota Medan, khususnya di Jalan Denai. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam pengembangan kajian halal, khususnya dalam persepektif sosial dan perilaku masyarakat.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa penelitian mengenai label halal dan UMKM telah banyak dilakukan, baik dari perspektif perilaku konsumen maupun dari sudut pandang pelaku usaha. Namun demikian, terdapat beberapa celah penelitian yang masih belum dikaji secara

Pertama, sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengukuran pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian atau daya saing usaha. Pendekatan tersebut memang memberikan gambaran hubungan antar variabel secara statistik, namun belum mampu menggali secara mendalam bagaimana masyarakat memaknai keberadaan label halal dalam konteks pengalaman dan realitas sosial mereka sehari-hari. Padahal, persepsi merupakan konstruksi subjektif yang terbentuk melalui proses pemahaman, pengalaman, nilai religius, serta interaksi sosial.

Kedua, penelitian terdahulu lebih banyak menitikberatkan pada pelaku UMKM sebagai subjek penelitian, terutama dalam hal pemahaman regulasi dan kendala sertifikasi halal. Sementara itu, kajian yang secara khusus menggali persepsi masyarakat sebagai konsumen terhadap label halal pada produk UMKM masih relatif terbatas. Padahal dalam konteks ekonomi syariah, kepercayaan masyarakat merupakan faktor kunci dalam keberlanjutan usaha UMKM.

Ketiga, penelitian yang bersifat kontekstual dan berbasis lokal masih minim. Sebagian besar studi dilakukan dalam skala nasional atau pada wilayah yang lebih luas tanpa menggambarkan dinamika sosial pada kawasan tertentu. Dalam hal ini, kawasan Jalan Denai Kota Medan memiliki karakteristik sosial, ekonomi, dan religiusitas yang khas, sehingga memungkinkan munculnya variasi persepsi masyarakat terhadap label halal. Kondisi ini menunjukkan pentingnya pendekatan studi kasus untuk memahami fenomena secara lebih mendalam dan kontekstual.

Keempat, belum banyak penelitian yang secara eksplisit mengaitkan label halal dengan pembentukan kepercayaan masyarakat terhadap produk UMKM.

Sebagian penelitian berhenti pada aspek keputusan pembelian, tanpa menelaah bagaimana label halal dimaknai sebagai simbol legitimasi, jaminan religius, dan indikator profesionalitas usaha. Padahal dalam praktiknya, kepercayaan konsumen tidak hanya dibangun oleh logo halal semata, tetapi juga oleh pengalaman sosial dan relasi antara konsumen dengan pelaku usaha.

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa celah penelitian terletak pada kurangnya studi kualitatif yang menggali secara mendalam persepsi masyarakat terhadap label halal dalam konteks lokal tertentu, serta bagaimana label halal dimaknai dalam membangun kepercayaan terhadap produk UMKM.

Celah penelitian tersebut secara langsung melatarbelakangi rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

- 1.) Bagaimana persepsi masyarakat yang berada di Jalan Denai, Kota Medan. Tentang keberadaan label halal pada produk UMKM di Jalan Denai, Kota Medan?

Pertanyaan ini muncul karena belum adanya kajian kualitatif yang menggali persepsi masyarakat secara mendalam dalam konteks lokal spesifik

- 2.) Bagaimana pemahaman masyarakat di Jalan Denai, Kota Medan. Mengenai makna dan fungsi label halal pada produk UMKM?

Hal ini didasarkan pada temuan penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya variasi literasi halal, namun belum dieksplorasi secara kontekstual melalui pendekatan studi kasus.

- 3.) Bagaimana label halal dimaknai masyarakat di Jalan Denai, Kota Medan. Dalam membangun kepercayaan terhadap produk UMKM?

Pertanyaan ini menjadi pembeda utama penelitian ini, karena sebagian besar penelitian sebelumnya tidak secara khusus mengaitkan label halal dengan proses pembentukan trust secara kualitatif.

- 4.) Bagaimana pengalaman dan pandangan masyarakat yang berada di Jalan Denai, Kota Medan. Dalam memilih produk UMKM yang memiliki dan yang tidak memiliki label halal?

Rumusan ini lahir dari kebutuhan untuk memahami realitas sosial masyarakat, yang tidak selalu dapat dijelaskan melalui pendekatan statistik semata.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengulang penelitian sebelumnya, tetapi berupaya memberikan kontribusi baru melalui pendekatan kualitatif studi kasus yang menggali makna, pengalaman, dan konstruksi sosial masyarakat terhadap label halal dalam konteks UMKM di Jalan Denai, Kota Medan.

### **C. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini disusun untuk menjelaskan bagaimana persepsi masyarakat terhadap label halal terbentuk dan bagaimana persepsi tersebut berperan dalam membangun kepercayaan terhadap produk UMKM di Jalan Denai, Kota Medan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus, sehingga kerangka pemikiran tidak menggambarkan hubungan sebab-akibat secara statistik, melainkan alur konseptual yang menjelaskan proses terbentuknya makna dalam perspektif masyarakat.

Persepsi masyarakat terhadap label halal tidak muncul secara langsung, tetapi dipengaruhi oleh beberapa faktor pembentuk, yaitu:

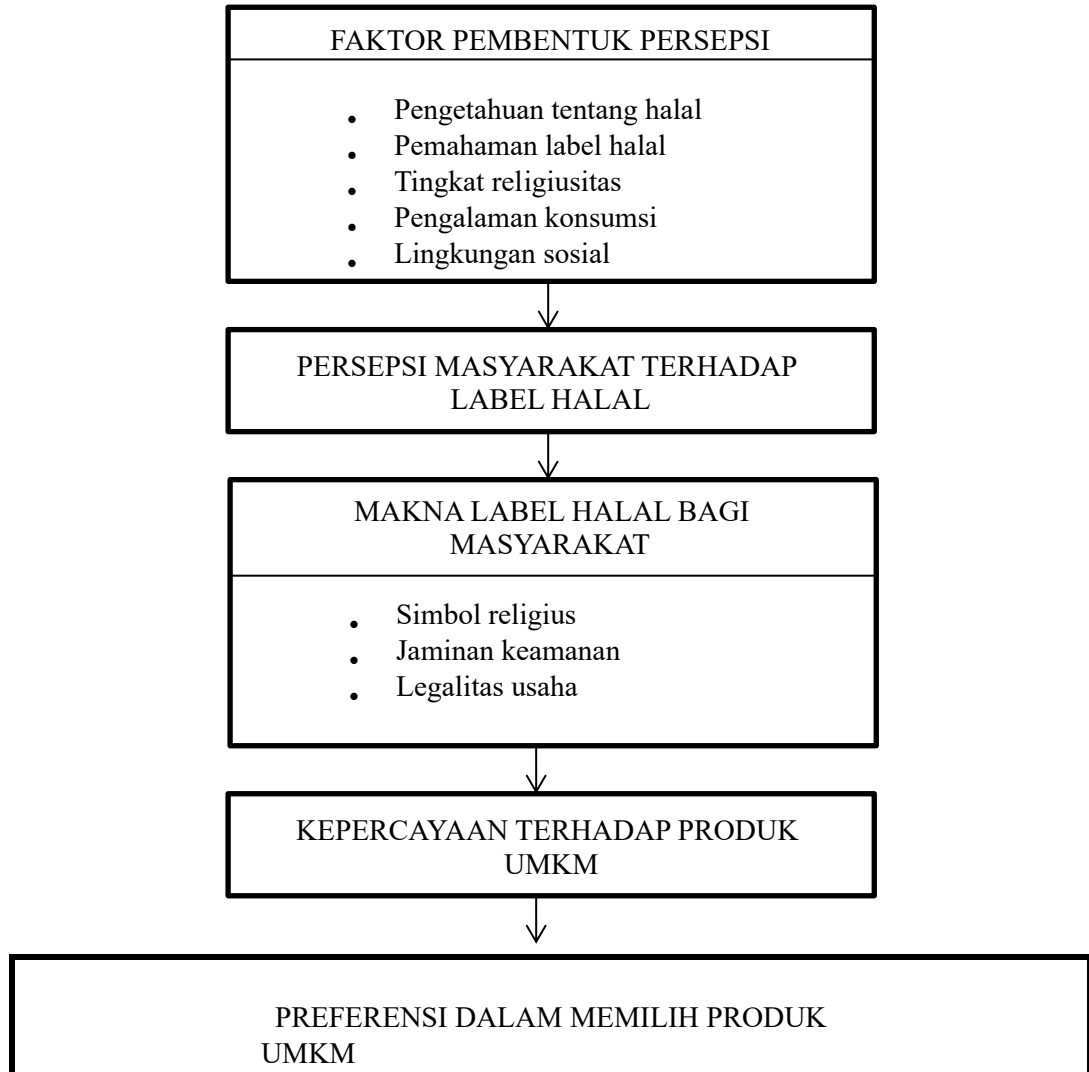
1. Pengetahuan tentang konsep halal, termasuk pemahaman pada halal dan haram dalam ajaran Islam.
2. Pemahaman terhadap fungsi halal, apakah dipandang sebagai jaminan religius, simbol legalitas, atau sekedar formalitas.
3. Tingkat religiusitas masyarakat, yang memengaruhi sensitivitas terhadap isu kehalalan produk.
4. Pengalaman konsumsi sebelumnya, termasuk pengalaman positif atau negatif terhadap produk UMKM.
5. Pengaruh lingkungan sosial, seperti keluarga, komunitas, dan media.

Faktor-faktor tersebut membentuk cara masyarakat menilai keberadaan label halal pada produk UMKM. Penilaian ini kemudian berkembang menjadi persepsi, yang dapat berupa persepsi positif, moderat, atau kurang peduli.

Persepsi tersebut selanjutnya berperan dalam membangun kepercayaan (trust) masyarakat terhadap produk UMKM. Kepercayaan muncul ketika masyarakat merasa yakin bahwa produk tersebut aman, sesuai syariat, dan layak untuk dikonsumsi.

Pada tahap akhir, kepercayaan tersebut memengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih produk UMKM, baik yang memiliki label halal maupun yang tidak memiliki label halal. Dengan demikian, alur pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Tabel 2.3 Kerangka Pemikiran**



Berdasarkan kerangka pemikiran, persepsi masyarakat terhadap label halal tidak terbentuk secara langsung, melainkan dipengaruhi oleh beberapa faktor pembentuk persepsi, yaitu pengetahuan masyarakat tentang konsep halal, pemahaman terhadap label halal, tingkat religiusitas, pengalaman konsumsi, serta pengaruh lingkungan sosial dan media. Faktor-faktor tersebut memengaruhi cara masyarakat menilai pentingnya label halal dalam memilih produk UMKM. Persepsi masyarakat terhadap label halal tercermin dalam pemahaman makna label halal, penilaian terhadap pentingnya label halal, serta sikap masyarakat terhadap produk UMKM yang berlabel halal. Persepsi ini

menjadi dasar dalam melihat peran label halal dalam produk UMKM, khususnya sebagai bentuk jaminan kehalalan dan alat untuk meningkatkan keyakinan konsumen.

Selanjutnya, persepsi dan peran label halal tersebut berkontribusi dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap produk UMKM di Jalan Denai, Kota Medan. Kepercayaan ini muncul ketika masyarakat merasa yakin bahwa produk UMKM yang berlabel halal telah memenuhi ketentuan kehalalan serta layak untuk di konsumsi.

Pada tahap akhir, kepercayaan masyarakat terhadap produk UMKM akan memengaruhi preferensi dan keputusan masyarakat dalam memilih produk UMKM. Dengan demikian, semakin baik preferensi masyarakat terhadap label halal, maka semakin besar pula peran label halal dalam membangun kepercayaan dan mendorong masyarakat untuk memilih produk UMKM di Jalan Denai, Kota Medan.

Berdasarkan berbagai teori dan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat terhadap label halal dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Persepsi tersebut tidak hanya berkaitan dengan aspek kognitif, tetapi juga melibatkan aspek aktif dan sosial.

Label halal memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen, khususnya dalam konteks produk UMKM. Keberadaan label halal tidak hanya dipandang sebagai kewajiban religius, tetapi juga sebagai jaminan kualitas dan keamanan produk.

Dalam konteks penelitian ini, persepsi masyarakat terhadap label halal dipahami sebagai interpretasi individu terhadap informasi mengenai kehalalan produk yang dipengaruhi oleh tingkat pemahaman, pengalaman, serta lingkungan sosial.

Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji secara mendalam bagaimana masyarakat memaknai label halal dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam memilih produk UMKM di Kota Medan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam persepsi, pandangan, dan pengalaman masyarakat terhadap label halal pada produk UMKM di Jalan Denai, Kota Medan.

Menurut Sugiono (2019), penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana penulis berperan sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, dan analisis data bersifat induktif.

Sejalan dengan itu, John W.Creswell (2018) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif berfokus pada eksplorasi dan pemahaman makna yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan, dengan prosedur pengumpulan data yang bersifat fleksibel dan kontekstual.

Metode sttudi kasus digunakan karena penelitian ini difokuskan pada lokasi tertentu, yaitu UMKM dan masyarakat di Jalan Denai, Kota Medan. Studi kasus memungkinkan penulius memahami fenomena secara mendalam dan kontekstual dalam lingkungan nyata (Yin, 2018).

Dengan demikian, Pendekatan ini dianggap tepat untuk menggali persepsi masyarakat terhadap label halal secara komprehensif.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi**

Penelitian ini dilakukan penulis di Jalan Denai, Kota Medan, dengan pertimbangan bahwa wilayah tersebut merupakan salah satu kawasan yang memiliki aktivitas UMKM yang cukup aktif, khususnya di sektor makanan dan minuman. Selain itu, di lokasi ini masih ditemukan produk UMKM yang belum seluruhnya menggunakan label halal, sehingga relevan dengan fokus penelitian.

## 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan berlangsung selama  $\pm$  2 bulan, dimulai dari tahap persiapan, pengumpulan data lapangan, hingga analisis data penelitian.

**Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Penelitian**

No.	Jadwal Penelitian	Bulan / Minggu																					
		November 2025				Desember 2025				Januari 2026				Februari 2026				Maret 2026				April	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	17
1	Pengajuan Judul	■																					
2	Penulisan proposal			■	■	■	■	■	■	■	■												
3	Bimbingan Proposal										■	■	■										
4	Seminar Proposal																						
5	Pengumpulan Data																						
6	Bimbingan Skripsi																						
7	Sidang Skripsi																					■	

## C. Subjek dan Objek Penelitian

### 1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini terdiri dari masyarakat sebagai konsumen produk UMKM, Pelaku UMKM sektor makanan dan minuman di Jalan Denai, pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2019).

### 2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah persepsi masyarakat terhadap label halal pada produk UMKM, meliputi pemahaman terhadap label halal, penilaian terhadap pentingnya label halal, dan peran label halal dalam membangun kepercayaan konsumen.

## **D. Sumber Data Penelitian**

### 1.) Data Primer

Jenis data primer diperbolehkan secara langsung dari Informan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dan observasi lapangan. Menurut Creswell (2018), data primer dalam penelitian kualitatif diperoleh secara langsung dari partisipan untuk memahami pengalaman dan perspektif mereka secara mendalam.

### 2.) Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah 10 tahun terakhir, buku metodologi penelitian terbaru, dokumen resmi Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Artikel ilmiah terkait persepsi dan UMKM.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### 1.) Wawancara

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur sehingga penulis memiliki pedoman pertanyaan namun tetap memberi ruang bagi informan untuk menjelaskan secara luas.

Menurut Lexy J. Moleong (2017), wawancara dalam penelitian kualitatif bertujuan menggali informan secara mendalam mengenai pengalaman, pandangan dan makna yang dimiliki informan terhadap suatu fenomena.

### 2.) Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas UMKM, penggunaan label halal pada produk, aktivitas produksi dan penjualan, serta perilaku konsumen saat memilih produk.

### 3.) Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian, berupa foto produk UMKM, kemasan produk yang menggunakan label halal, bukti label halal serta dokumen pendukung lainnya.

## **F. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif menurut Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana (2014) yang terdiri dari:

1.) Reduksi Data (Data Reduction)

Data yang diperoleh dari lapangan dipilih difokuskan, dan disederhanakan sesuai kebutuhan penelitian.

2.) Penyajian Data (Data Display)

Data disajikan dalam bentuk uraian naratif sistematis agar mudah dipahami.

3.) Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing/Verification) Kesimpulan ditarik berdasarkan pola dan tema yang muncul dari data penelitian.

Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan karakter penelitian kualitatif yang menekankan interpretasi makna.

## **G. Keabsahan Data**

Untuk menjamin keabsahan data penelitian penulis menggunakan teknik triangulasi, yaitu:

1.) Triangulasi Sumber

Membandingkan data yang diperoleh dari masyarakat dan pelaku UMKM untuk melihat kesesuaian informasi.

2.) Triangulasi Teknik

Menggunakan berbagai teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi data. Menurut Sugiyono (2019), triangulasi meningkatkan kredibilitas dan keabsahan data dalam penelitian kualitatif.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Lokasi Penelitian**

Jalan Denai merupakan salah satu kawasan di Kota Medan yang memiliki aktivitas ekonomi masyarakat yang cukup tinggi. Kawasan ini didominasi oleh pelaku UMKM, khususnya pada sektor makanan dan minuman. UMKM di Jalan Denai umumnya bersifat usaha keluarga dengan skala produksi terbatas dan pemasaran yang bersifat lokal.

Masyarakat di Jalan Denai memiliki karakteristik yang beragam dari segi usia, tingkat pendidikan, serta latar belakang sosial ekonomi. Keberagaman tersebut turut mempengaruhi pola konsumsi dan cara pandang masyarakat terhadap produk yang dikonsumsi, termasuk terhadap keberadaan label halal pada produk UMKM.

Dalam konteks religiusitas, masyarakat di kawasan ini mayoritas beragama Islam, sehingga isu kehalalan produk menjadi salah satu aspek penting dalam aktivitas konsumsi sehari-hari. Namun demikian, tingkat pemahaman dan kesadaran terhadap pentingnya label halal menunjukkan variasi yang berbeda-beda.

#### **B. Hasil Penelitian**

##### **Tema 1: Persepsi Masyarakat Terhadap keberadaan Label Halal**

*(Menjawab Rumusan Masalah Nomor 1)*

Tema ini merupakan jawaban atas rumusan masalah pertama, yaitu bagaimana persepsi masyarakat terhadap keberadaan label halal pada produk UMKM di Jalan Denai, Kota Medan. Berdasarkan hasil wawancara mendalam, sebagian besar informan memandang label halal sebagai simbol jaminan kehalalan dan bentuk legitimasi resmi.

Informan 1 (Indah humairah, 33 tahun, ibu rumah tangga) menyatakan:

”Kalau ada label halal, saya lebih yakin untuk membeli. Rasanya lebih tenang karena sudah ada jaminan dari lembaga resmi.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa label halal tidak hanya dipersepsikan sebagai simbol agama, tetapi juga sebagai bentuk perlindungan konsumen

yang memberikan rasa aman secara psikologis.

Informan 3 (Ferel Ananta, 28 tahun, Karyawan swasta) juga menegaskan: “Menurut saya penting, apalagi kita kan Muslim. Label halal itu kayak bukti kalau produknya aman.”

Kata “bukti” yang digunakan informan menunjukkan bahwa label halal dimaknai sebagai bentuk verifikasi formal, bukan sekedar klaim dari penjual. Namun, terdapat variasi persepsi. Informan 5 (Toga Tufik, 40 tahun, pedagang) menyatakan:

“kalau saya sudah kenal yang jual dan tahu prosesnya, kadang label halal bukan hal yang penting.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa dalam konteks sosial lokal, kedekatan dan kepercayaan personal dapat menggantikan fungsi simbolik label halal.

### **Hasil Observasi**

Berdasarkan observasi lapangan, ditemukan bahwa tidak semua produk UMKM di Jalan Denai mencantumkan label halal resmi. Beberapa produk hanya mencantumkan tulisan “halal” tanpa logo resmi dari BPJPH. Kondisi ini menunjukkan adanya perbedaan antara klaim halal dan sertifikasi formal.

### **Triangulasi**

Data ini diperkuat melalui triangulasi sumber antara masyarakat dan pelaku UMKM. Sebagian pelaku UMKM menyatakan bahwa mereka belum mengurus sertifikasi karena merasa konsumen tetap membeli tanpa label resmi. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara persepsi konsumen dan keputusan pelaku usaha.

## **Tema 2: Pemahaman Masyarakat terhadap Makna dan Fungsi Label Halal** (Menjawab Rumusan Masalah Nomor 2)

Tema ini menjawab rumusan masalah kedua, yaitu bagaimana pemahaman masyarakat mengenai makna dan fungsi label halal. Hasil penelitian menunjukkan adanya dua kategori pemahaman:

### **1. Pemahaman Formal**

Informan 2 (Dewi Atika, 35 tahun, guru) menyatakan:

“Label halal itu berarti sudah diuji dan disertifikasi resmi, jadi bukan Cuma klaim saja.”

Informan ini memahami bahwa sertifikasi halal melibatkan proses audit bahan baku dan produksi. Pemahaman ini menunjukkan tingkat literasi halal yang cukup baik.

## **2. Pemahaman Sederhana**

Informan 4 (Irwan Ernanda Lubis, 46 tahun, buruh harian) menyatakan:

“Yang penting tidak ada babinya, itu sudah halal , menurut saya”.

Pernyataan ini menunjukkan bahwa sebagian masyarakat masih memahami halal sebatas pada bahan utama, belum pada proses produksi dan distribusi.

### **Hasil Dokumentasi**

Dokumentasi kemasan produk menunjukkan bahwa sebagian UMKM belum mencantumkan nomor sertifikasi halal, hanya logo cetak biasa. Hal ini memperkuat temuan bahwa literasi halal belum merata.

### **Triangulasi Teknik**

Temuan wawancara diperkuat dengan observasi dan dokumentasi kemasan produk, sehingga menunjukkan konsistensi antara pernyataan informan dan kondisi lapangan.

### **Tema 3: Peran Label Halal dalam Membangun Kepercayaan**

*(Menjawab Rumusan Masalah Nomor 3)*

Tema ini menjawab rumusan masalah ketiga mengenai bagaimana label halal dimaknai dalam membangun kepercayaan.

Mayoritas informan menyakan bahwa label halal meningkatkan kepercayaan terhadap produk UMKM.

Informan 6 (Elvyridha Simbolon, 28 tahun, karyawan) menyampaikan:

“Kalau ada label halal, saya anggap usaha itu sudah profesional dan serius.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa label halal tidak hanya berfungsi religius, tetapi juga membentuk citra profesionalitas usaha. Namun, kepercayaan juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti kebersihan tempat usaha dan pengalaman pembelian sebelumnya.

### **Hasil Observasi**

Hasil observasi menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki label halal resmi cenderung memiliki kemasan yang lebih rapi dan sistem produksi lebih terorganisir. Hal ini memperkuat persepsi bahwa label halal berkaitan dengan profesionalitas.

### **Triangulasi**

Melalui triangulasi sumber antara konsumen dan pelaku UMKM, ditemukan bahwa pelaku usaha yang telah bersertifikat halal juga merasakan peningkatan kepercayaan konsumen.

### **Tema 4: Pengalaman Konsumen dalam Memilih Produk**

*(Menjawab Rumusan Masalah Nomor 4)*

Tema ini menjawab rumusan masalah keempat mengenai pengalaman masyarakat dalam memilih produk berlabel halal dan tidak berlabel halal. Sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka lebih memilih produk berlabel halal jika tersedia pilihan. Namun dalam kondisi tertentu, faktor harga dan rasa tetap menjadi pertimbangan utama.

Informan 7 (Ahmad Ar-rafa Simanjuntak, 22 tahun, mahasiswa) menyatakan: “kalau harganya jauh beda, kadang saya pilih yang lebih murah walaupun belum ada labelnya.”

Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi masyarakat bersifat rasional sekaligus religius.

### **Triangulasi**

Data ini konsisten dengan observasi perilaku konsumen di lapangan, di mana sebagian pembeli tidak selalu menanyakan sertifikasi halal sebelum membeli.

## **C. Pembahasan**

Pembahasan dalam penelitian ini dilakukan dengan menganalisis temuan lapangan yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap masyarakat dan pelaku UMKM di Jalan Denai, Kota Medan. Analisis ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah penelitian sekaligus mengaitkan temuan dengan teori yang telah di jelaskan di Bab II.

### **1. Persepsi Masyarakat terhadap Label Halal pada Produk UMKM**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa persepsi masyarakat terhadap label halal pada produk UMKM menunjukkan kecenderungan yang positif. Mayoritas informan memandang bahwa label halal merupakan indikator penting dalam menentukan kelayakan suatu produk untuk dikonsumsi.

Persepsi positif ini tidak terlepas dari latar belakang religius masyarakat yang mayoritas beragama Islam, sehingga aspek kehalalan menjadi

pertimbangan utama dalam memilih produk. Selain itu, pengalaman konsumsi sebelumnya juga turut memengaruhi persepsi masyarakat, di mana produk yang memiliki label halal cenderung lebih dipercaya dan dianggap aman.

Temuan ini sejalan dengan teori persepsi yang menyatakan bahwa persepsi individu dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, dan nilai-nilai yang dianut. Dalam hal ini, masyarakat yang memiliki tingkat pengetahuan yang baik mengenai halal cenderung memiliki persepsi yang lebih positif terhadap label halal.

Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi di antara masyarakat, yang dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, usia, serta tingkat pemahaman terhadap konsep halal. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi bersifat subjektif dan dapat berbeda antara satu individu dengan individu lainnya.

ditemukan bahwa persepsi masyarakat terhadap label halal di Jalan Denai terbentuk melalui tiga dimensi utama:

#### 1.) Dimensi Religius

Label halal dimaknai sebagai bentuk kepatuhan terhadap ajaran Islam dan bagian dari tanggung jawab moral sebagai Muslim. Temuan ini sejalan dengan konsep halal dalam perspektif syariah sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah:168 dan QS. Al-Ma'idah:88, bahwa konsumsi halal merupakan perintah agama.

Dalam konteks teori persepsi menurut Stephen P. Robbins & Timothy

A. Judge (2017), persepsi merupakan proses interpretasi individu terhadap stimulus berdasarkan nilai dan pengalaman. Dalam penelitian ini, nilai religius menjadi faktor dominan dalam membentuk persepsi positif terhadap label halal.

Temuan ini juga memperkuat penelitian Hidayati (2024) yang menyatakan bahwa label halal dipersepsikan sebagai simbol kepatuhan syariah oleh konsumen Muslim.

#### 2.) Dimensi Psikologis

Label halal memberikan rasa aman, nyaman, dan ketenangan batin.

Informan menggunakan kata-kata seperti “tenang”, “yakin”, dan “aman”. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen dari Philip

Kotler & Kevin Lane Keller (2016), yang menjelaskan bahwa persepsi konsumen terbentuk melalui proses seleksi dan interpretasi informasi yang kemudian memengaruhi rasa percaya terhadap produk. Label halal dalam konteks ini berfungsi sebagai cues (isyarat eksternal) yang memengaruhi keputusan pembelian. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian Muntholip & Setiawan (2025) yang menyatakan bahwa sertifikasi halal meningkatkan trust konsumen terhadap UMKM.

### 3.) Dimensi Sosial

Penelitian ini menemukan bahwa kedekatan sosial dengan pelaku usaha dapat memengaruhi persepsi terhadap label halal. Dalam beberapa kasus, hubungan personal dianggap cukup untuk menggantikan sertifikasi formal. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks lokal seperti Jalan Denai, konstruksi sosial memiliki peran penting dalam membentuk persepsi.

Hal ini memperluas temuan Hasibuan & Rahmayati (2024), yang sebelumnya lebih menitikberatkan pada literasi halal pelaku usaha. Penelitian ini menunjukkan bahwa bukan hanya literasi, tetapi juga relasi sosial memengaruhi keputusan konsumsi.

## 2. Kategori Pemahaman Halal dan Variasi Literasi

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap informan di kawasan Jalan Denai, Kota Medan. Ditemukan bahwa pemahaman masyarakat terhadap konsep halal dan label halal tidak bersifat homogen. Tingkat literasi halal masyarakat menunjukkan adanya variasi yang dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan, pengalaman konsumsi, tingkat religiusitas, serta akses terhadap informasi mengenai sertifikasi halal. Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap konsep halal dapat dikategorikan ke dalam dua kelompok utama, yaitu pemahaman halal secara formal dan pemahaman halal secara sederhana (tradisional).

**Tabel 4.1 Tabel Pemahaman Masyarakat**

Kategori	Karakteristik
Pemahaman Formal	Memahami proses sertifikasi, audit bahan, legalitas BPJPH.
Pemahaman Sederhana	Memahami halal hanya sebatas bahan utama.

#### 1.) Pemahaman Halal Secara Formal

Kategori pertama adalah masyarakat yang memiliki pemahaman halal secara formal. Kelompok ini memahami bahwa label halal merupakan tanda bahwa suatu produk telah melalui proses pemeriksaan dan sertifikasi oleh lembaga resmi yang berwenang, seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Bagi kelompok ini, label halal bukan sekedar simbol religius, tetapi merupakan bentuk jaminan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, hingga distribusi produk telah memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan dalam syariat Islam. Informan yang termasuk dalam kategori ini cenderung memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi atau memiliki akses informasi yang lebih luas mengenai regulasi halal. Mereka juga menunjukkan kesadaran yang lebih tinggi terhadap pentingnya sertifikasi halal sebagai bentuk perlindungan konsumen Muslim. Dalam pandangan mereka, label halal menjadi indikator kredibilitas suatu produk sekaligus mencerminkan profesionalitas pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usaha yang sesuai dengan prinsip syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi halal yang baik dapat mendorong masyarakat untuk lebih selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. Pemahaman yang lebih komprehensif mengenai proses sertifikasi halal juga membuat masyarakat lebih menghargai pentingnya label halal sebagai bagian dari sistem jaminan produk halal yang diatur oleh negara.

#### 2.) Pemahaman Halal Secara Sederhana

Kategori kedua adalah masyarakat yang memiliki pemahaman halal secara sederhana atau tradisional. Pada kelompok ini, konsep halal lebih dipahami secara praktis, yaitu sebatas pada bahan makanan yang tidak

mengandung unsur yang diharamkan dalam Islam, seperti daging babi atau bahkan yang dianggap najis. Dengan demikian, selama suatu produk tidak bahan yang secara eksplisit diharamkan, maka produk tersebut dianggap halal untuk dikonsumsi. Pemahaman seperti ini umumnya ditemukan pada masyarakat yang memperoleh pengetahuan mengenai halal melalui kebiasaan sosial, pengalaman sehari-hari, serta tradisi yang berkembang di lingkungan masyarakat. Bagi kelompok ini, keberadaan label halal tidak selalu menjadi faktor utama dalam menentukan pilihan konsumsi. Kepercayaan terhadap pelaku usaha, khususnya jika pelaku usaha tersebut dikenal secara personal atau berasal dari komunitas yang sama, seringkali menjadi dasar utama dalam menilai kehalalan suatu produk. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi halal pada masyarakat tidak hanya dibentuk oleh regulasi formal, tetapi juga oleh konstruksi sosial yang berkembang dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks UMKM lokal, hubungan sosial antara konsumen dan pelaku usaha seringkali menciptakan bentuk kepercayaan yang bersifat informal, sehingga label halal formal tidak selalu dianggap sebagai kebutuhan yang mendesak.

Variasi ini menunjukkan adanya perbedaan tingkat literasi halal di masyarakat. Temuan ini mendukung teori persepsi bahwa latar belakang pendidikan dan pengalaman memengaruhi interpretasi stimulus (Robbins & Judge, 2017). Selain itu, hasil memperkuat penelitian Anas et al. (2023) yang menyatakan bahwa tingkat literasi halal berpengaruh terhadap cara masyarakat memaknai sertifikasi halal.

Perbedaan kategori pemahaman halal tersebut menunjukkan adanya variasi tingkat literasi halal di kalangan masyarakat Jalan Denai. Literasi halal tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan mengenai konsep halal secara teologis, tetapi juga mencakup pemahaman terhadap sistem sertifikasi halal, regulasi pemerintah, serta lembaga yang berwenang dalam menetapkan status kehalalan produk.

Variasi literasi halal ini menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap label halal pada produk UMKM. Masyarakat yang memiliki literasi halal yang lebih tinggi cenderung memandang label halal sebagai kebutuhan penting dalam menjamin keamanan dan kehalalan produk.

Sebaliknya, masyarakat dengan literasi halal yang lebih rendah cenderung mengandalkan faktor lain seperti kebiasaan konsumsi, kedekatan sosial dengan penjual, serta reputasi usaha.

Secara konseptual, temuan ini menunjukkan bahwa pembentukan persepsi masyarakat terhadap label halal tidak hanya dipengaruhi oleh aspek religius, tetapi juga oleh faktor sosial, budaya, dan tingkat akses informasi yang dimiliki masyarakat. Oleh karena itu, peningkatan literasi halal melalui edukasi dan sosialisasi menjadi langkah penting dalam memperkuat kesadaran masyarakat terhadap pentingnya label halal, khususnya pada produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variasi literasi halal masyarakat menjadi salah satu faktor utama yang membentuk cara pandang masyarakat terhadap label halal. Semakin tinggi tingkat literasi halal masyarakat, maka semakin besar pula kecenderungan masyarakat untuk menjadikan label halal sebagai pertimbangan utama dalam memilih produk konsumsi.

### 3. Posisi Temuan terhadap Penelitian Terdahulu

Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, posisi penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2 perbandingan penelitian**

Aspek	Penelitian terdahulu	Temuan penelitian ini
Pendekatan	Dominan kuantitatif	Kualitatif studi kasus
Fokus	Pengaruh terhadap keputusan pembelian	Makna dan konstruksi sosial label halal
Subjek	Banyak fokus pelaku UMKM	Fokus masyarakat sebagai konsumen
Konteks	Skala umum/nasional	Kontekstual lokal Jalan Denai

Dengan demikian., penelitian ini memberikan kontribusi baru berupa:

- 1.) Pendalaman makna label halal secara kontekstual.
- 2.) Penjelasan bagaimana trust dibangun melalui interaksi religius, psikologis, dan sosial.
- 3.) Pengayaan kajian halal dalam perspektif sosialkultur.

#### 4. Keterkaitan dengan Rumusan Masalah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh rumusan masalah telah terjawab melalui pendekatan kualitatif:

- 1.) Rumusan masalah pertama dalam penelitian adalah **bagaimana persepsi masyarakat di Jalan Denai, Kota Medan. Dalam labelisasi halal pada produk UMKM di Jalan Denai, Kota Medan.** Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, ditemukan bahwa mayoritas masyarakat memiliki persepsi positif terhadap keberadaan label halal pada produk UMKM. Label halal dipandang sebagai tanda atau simbol yang menunjukkan bahwa suatu produk telah memenuhi ketentuan syariat Islam dan aman untuk dikonsumsi oleh umat Muslim. Keberadaan label halal juga dianggap sebagai bentuk tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan jaminan kepada konsumen mengenai kehalalan produk yang dijual. Namun demikian, persepsi masyarakat tidak sepenuhnya seragam. Sebagian masyarakat menilai bahwa label halal merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan pilihan produk, terutama bagi konsumen yang memiliki tingkah kesadaran religius yang tinggi. Sementara itu, sebagian masyarakat lainnya masih memandang bahwa label halal sebagai faktor tambahan, bukan sebagai pertimbangan utama dalam memilih produk UMKM. Perbedaan persepsi ini menunjukkan bahwa pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya label halal masih seragam. Kondisi ini sejalan dengan teori persepsi yang dikemukakan oleh Robbins dan Judge (2017) bahwa persepsi seseorang terhadap suatu objek dipengaruhi oleh pengalaman, nilai, pengetahuan, serta latar belakang individu. Dengan demikian, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap label halal tidak hanya dipengaruhi oleh aspek religiusitas, tetapi juga oleh faktor kebiasaan konsumsi, tingkat literasi halal, serta tingkah kepercayaan masyarakat terhadap pelaku UMKM di lingkungan sekitar.
- 2.) Rumusan masalah kedua dalam penelitian ini adalah **bagaimana pemahaman masyarakat di Jalan Denai, mengenai makna dan fungsi label halal pada produk UMKM di Jalan Denai, Kota Medan.** Berdasarkan hasil wawancara dengan informan ditemukan bahwa

sebagian besar masyarakat memahami label halal sebagai tanda bahwa produk tersebut telah melalui proses pemeriksaan dan dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang. Label halal juga dipahami sebagai jaminan bahwa bahan baku, proses produksi, serta distribusi produk telah sesuai dengan prinsip syariah. Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian masyarakat yang memiliki pemahaman yang terbatas mengenai proses sertifikasi halal. Beberapa informan hanya mengetahui bahwa label halal berkaitan dengan makanan yang diperbolehkan dalam Islam, tetapi belum memahami secara mendalam mengenai prosedur sertifikasi halal dan lembaga yang berwenang dalam proses tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkah literasi halal masyarakat masih perlu ditingkatkan melalui sosialisasi dan edukasi yang lebih luas. Hal ini sejalan dengan pendapat para peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa rendahnya literasi halal dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku masyarakat dalam memilih produk. Dengan demikian, pemahaman masyarakat terhadap label halal tidak hanya sebatas pada aspek simbol atau logo, tetapi juga berkaitan dengan tingkat pengetahuan masyarakat mengenai konsep halal secara komprehensif.

- 3.) Rumusan masalah ketiga dalam penelitian ini adalah **bagaimana label halal dimaknai masyarakat di Jalan Denai dalam membangun kepercayaan terhadap produk UMKM di Jalan, Kota Medan.** Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa label halal memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap produk UMKM. Bagi sebagian besar konsumen Muslim, label halal menjadi indikator utama yang menunjukkan bahwa produk tersebut aman, bersih, dan sesuai dengan ajaran agama. Label halal juga memberikan rasa aman bagi konsumen dalam mengonsumsi produk makanan dan minuman, terutama ketika konsumen tidak mengetahui secara langsung proses produksi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Dengan adanya label halal, konsumen merasa lebih yakin bahwa produk yang mereka konsumsi telah melalui proses pemeriksaan yang sesuai dengan standar halal. Selain itu, keberadaan label halal juga berfungsi sebagai strategi pemasaran bagi pelaku UMKM. Produk yang memiliki

label halal cenderung lebih mudah diterima oleh masyarakat yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk yang tidak memiliki label halal. Temuan ini memperkuat teori yang menyatakan bahwa label halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat citra positif suatu produk di mata masyarakat.

- 4.) Rumusan masalah keempat dalam penelitian ini adalah **bagaimana pengalaman dan pandangan masyarakat dalam memilih produk UMKM yang memiliki dan yang tidak memiliki label halal di Jalan Denai, Kota Medan.** Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa dalam praktiknya masyarakat tidak selalu menjadikan label halal sebagai satu-satunya faktor dalam memilih produk UMKM. Beberapa informan menyatakan bahwa mereka tetap membeli produk UMKM yang belum memiliki label halal resmi karena telah mengenal secara langsung pelaku usaha atau memiliki kepercayaan terhadap proses produksi yang dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kedekatan sosial dan kepercayaan personal masih memiliki pengaruh yang cukup besar dalam perilaku konsumsi masyarakat terhadap produk UMKM lokal. Masyarakat seringkali menganggap bahwa produk yang dibuat oleh pelaku usaha Muslim di lingkungan sekitar secara otomatis telah memenuhi standar kehalalan, meskipun belum memiliki sertifikasi halal secara resmi. Namun demikian, sebagian masyarakat tetap lebih memilih produk yang memiliki label halal karena dianggap lebih terjamin dari segi keamanan dan kepastian hukumnya. Dengan demikian, label halal tetap memiliki peran penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, meskipun faktor sosial dan budaya lokal juga turut mempengaruhi keputusan pembelian.

Dengan demikian, pembahasan ini konsisten dengan metode kualitatif yang menekankan interpretasi makna, bukan pengukuran statistik.

**Tabel 4.3 Kesimpulan Pola Temuan Penelitian**

Dimensi	Pola Temuan	Posisi terhadap Teori	Keterkaitan Penelitian Terdahulu
Religius	Label halal sebagai kewajiban moral	Teori persepsi (Robbins)	Hidayati (2024)
Psikologis	Memberikan rasa aman dan yakin	Teori perilaku konsumen (Kotler)	Muntholip (2025)
Sosial	Dipengaruhi relasi dan kedekatan	Kontruksi sosial persepsi	Hasibuan (2024)
Literasi	Variasi pemahaman halal	Faktor pengalaman & pendidikan	Anas (2023)

**Tabel 4.4 Alur Konseptual Hasil Penelitian**

KEPERCAYAAN (trust)



PREFERENSI DALAM MEMILIH PRODUK  
UMKM

Berdasarkan interpretasi peneliti, label halal dalam konteks UMKM di Jalan Denai tidak hanya berfungsi sebagai simbol legalitas formal, tetapi sebagai konstruksi makna sosial yang dibentuk melalui interaksi antara nilai religius, pengalaman pribadi, dan relasi sosial masyarakat.

Artinya, keberhasilan implementasi sertifikasi halal tidak hanya bergantung pada regulasi pemerintah, tetapi juga pada tingkat literasi dan kesadaran kolektif masyarakat sebagai konsumen.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Persepsi Masyarakat terhadap Label Halal (Studi Kasus Pelaku UMKM Kota Medan – Jalan Denai) dengan pendekatan kualitatif studi kasus, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

##### 1. Persepsi Masyarakat terhadap Keberadaan Label Halal

Persepsi masyarakat terhadap label halal pada produk UMKM di Jalan Denai terbentuk melalui tiga dimensi utama, yaitu dimensi religius, psikologis, dan sosial. Secara religius, label halal dimaknai sebagai bentuk kepatuhan terhadap ajaran Islam sebagaimana konsep halal dalam perspektif syariah. Secara psikologis, label halal memberikan rasa aman, yakin, dan ketenangan batin dalam mengonsumsi produk. Secara sosial, dalam konteks lokal, kedekatan antara konsumen dan pelaku usaha dapat memengaruhi tingkat kepercayaan, bahkan dalam beberapa kondisi dapat menggantikan peran sertifikasi formal.

##### 2. Pemahaman Masyarakat terhadap Makna dan Fungsi Label Halal

Pemahaman masyarakat terbagi dalam dua kategori:

1.) Pemahaman formal memahami proses sertifikasi dan legalitas BPJPH).

2.) Pemahaman sederhana (memahami halal hanya sebatas bahan utama). Hal ini menunjukkan adanya variasi literasi halal di kalangan masyarakat.

##### 3. Peran Label Halal dalam Membangun Kepercayaan

Label halal berperan sebagai simbol legitimasi, jaminan keamanan, dan indikator profesionalitas usaha. Namun, kepercayaan tidak hanya dibangun oleh label halal, melainkan juga dapat dipengaruhi oleh kebersihan usaha, pengalaman konsumsi, reputasi penjual, dan relasi sosial.

#### 4. Pengalaman dan Preferensi Konsumen

Dalam praktiknya, masyarakat mempertimbangkan label halal, harga, rasa, dan kedekatan sosial dalam memilih produk UMKM. Perilaku konsumsi masyarakat bersifat rasional sekaligus religius.

### **B. Saran**

#### 1. Bagi Pelaku UMKM

Pelaku UMKM di Jalan Denai sebaiknya meningkatkan kesadaran untuk mengurus sertifikasi halal resmi melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal agar dapat meningkatkan kepercayaan Konsumen secara lebih luas.

#### 2. Bagi Pemerintah

Pemerintah melalui Kementerian Agama Republik Indonesia perlu meningkatkan sosialisasi dan pendampingan literasi halal, khususnya pada UMKM skala kecil.

#### 3. Bagi Masyarakat

Masyarakat sangat perlu untuk meningkatkan literasi halal agar pemahaman tidak hanya terbatas pada bahan utama, tetapi juga mencakup proses produksi.

#### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara statistik pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Muntholip, & Nanang Setiawan. (2025). Sertifikasi Halal dan Daya Saing UMKM di Indonesia: Studi Systematic Literature Review. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*.
- Amalia, A., et al (2021). *Manajemen pemasaran UMKM dan pengaruhnya terhadap daya saing produk*.
- Amirudin, A. (2024). Consumer perception of halal SME products. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*.
- Anas, M., Saputro, A. R., & Wahdah, H. (2023). Persepsi Halal dan Pemahaman Sertifikasi Halal: Studi Deskriptif Analitik. *Misykat Al-Anwar Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.24853/ma.6.1.1-12>
- Antonio, M. S. (2001a). *Bank syariah : dari teori ke praktik*. Gema Insani.
- Antonio, M. S. (2001b). *Bank syariah : dari teori ke praktik*. Gema Insani.
- Anggaraeni, F. (2025). Perkembangan produk halal sebagai startegi peningkatan kinerja umkm *Jurnal Imanens*.
- Ayu Nuraini, & Muhammad Saepurohman. (2024). ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT MUSLIM TERHADAP PENTINGNYA LABEL HALAL PADA PRODUK MAKANAN (STUDI KASUS: MASYARAKAT DESA KERSAMENAK). *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah*, 415–427. <https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.vi.46813>
- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 25(1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/08974438.2013.723997>
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2026, January). Terbentuk, UPT BPJPH di Sejumlah Daerah Langsung Koordinasi dengan Stakeholder untuk Perkuat Layanan Sertifikasi Halal. *Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal*.
- bpk.go.id. (2008, July). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Bpk.Go.Id*.

- Fuadi, Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2022). Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM. *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 118–125. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.541>
- Harmen, H., Indriani, R., Alfahmi, F., Sebastian, A., & Kristin, O. V. (n.d.). *ANALISIS DAMPAK SERTIFIKASI LABELISASI HALAL TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI BANGKALAN*. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i3.22814>
- Hidayati, B. S. (2024). Persepsi Konsumen terhadap Produk Halal dari UMKM: Dampak terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(4), 619–625. <https://doi.org/10.47233/jeps.v4i4.1925>
- Ilmu, J., Bisnis, A., Ilmu, J., Profesor, J., Soedarto, H., Amalia, A., Hidayat, W., & Budiarmo, A. (n.d.). *ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UKM BATIK SEMARANG DI KOTA SEMARANG*.
- Islam, J. E. (2023). *Al-Sharf* (Vol. 4, Issue 2). Online.
- Karim, A. (2017). Islamic marketing perspective. *Keputusan-Kepala-BPJP-40-Tahun-2022-Penetapan-Label-Halal*. (n.d.).
- Manaf Panjaitan Jurnal Pena Islam, A., Penelitian Ilmu Tarbiyah, J., Kajian Umum Keislaman, dan, Kasus Di Restoran Simpang Raya Dan Restoran Dapur Siliwangi, S., Beji Kota Depok Jawa Barat Jamsa Sumbalatu, K., Bhekti Prasajo, W., Manaf Panjaitan, A., & Tinggi Agama Islam Al Qudwah Depok, S. (2023). *PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP LABEL HALAL PADA RESTORAN*. 3(1). <https://id.m.wikipedia.org>.
- Muntholip, A., Setiawan, N., & Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Al Rosyid Bojonegoro, S. (n.d.). *JUMANSI : Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi Medan Sertifikasi Halal dan Daya Saing UMKM di Indonesia: Studi Systematic Literature Review Afiliation*. <https://jurnal.itscience.org/index.php/jumansi>
- Muntholip, Abd., & Setiawan, N. (2025). Sertifikasi Halal dan Daya Saing UMKM di Indonesia: Studi Systematic Literature Review. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 7(1), 26–38. <https://doi.org/10.47709/jumansi.v7i1.5257>
- Nuraini. (2024). Pengaruh label halal terhadap kepercayaan konsumen. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Nuraini, A., Saepurohman, M., Tinggi, S., Manajemen, E., Bisnis, D., & Bandung, I. (2024). *ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT MUSLIM TERHADAP*

PENTINGNYA LABEL HALAL PADA PRODUK MAKANAN (STUDI KASUS: MASYARAKAT DESA KERSAMENAK).

In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah* (Vol. 5).  
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/persepsi>.

- Nurul Hikmah, Ainun Fadillah, Siti Mukti Intan, & Mahmud Yunus. (2025a). Tantangan Sertifikasi Halal pada UMKM di Indonesia: Studi Kualitatif terhadap Aspek Sosialisasi, Biaya, dan Regulasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 78–89. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v5i2.5335>
- Nurul Hikmah, Ainun Fadillah, Siti Mukti Intan, & Mahmud Yunus. (2025b). Tantangan Sertifikasi Halal pada UMKM di Indonesia: Studi Kualitatif terhadap Aspek Sosialisasi, Biaya, dan Regulasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 78–89. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v5i2.5335>
- Prakoso, A. T. (2025). *Halal certiification and consumer trust. Al-Iqtishod Journal*.
- Qardhawi, O. Y. (n.d.). *Halal Dan Haram Dalam Islam*.
- Qomariyah, N. (2023). Persepsi Pelaku UMKM Terhadap Kepemilikan Sertifikasi Halal Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM Madura. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3858. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9314>
- Rahmawati, R. (2024). Halal awareness among Muslim consumers. *Journal of Halal Industry*.
- Rakhmat, Jalaluddin., & Surjaman, Tjun. (2001). *Psikologi komunikasi*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Reynanda Hasibuan, F., & Muhammadiyah Sumatera Utara, U. (n.d.). *THE INFLUENCE OF THE RESPONSE AND UNDERSTANDING OF UMKM ACTORS ON THE OBLIGATION OF HALAL CERTIFICATION IN THE CITY OF MEDAN PENGARUH RESPON DAN PEMAHAMAN PELAKU UMKM TERHADAP KEWAJIBAN SERTIFIKASI HALAL DI KOTA MEDAN*.
- Robbins, S. P. ., & Judge, Tim. (2017). *Organizational behavior*. Pearson.
- Schiffman, L. G. ., & Wisenblit, Joseph. (2015). *Consumer behavior*. Pearson Education.
- Setiawan, I. (2021). PEMBIAYAAN UMKM, KINERJA BANK SYARIAH DAN PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA. *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(2), 263–278. <https://doi.org/10.36908/isbank.v6i2.165>

- Tambunan, Tulus. (2021). *UMKM di Indonesia : perkembangan, kendala, dan tantangan*. Prenada.
- The Effects of Halal Awareness, Regulatory Compliance, Halal Certification Program, and Business Prospects on the Decision to Obtain Halal Certification of MSMEs in Sleman*. (n.d.).
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2011). The challenges of Islamic branding: navigating emotions and *halal*. *Journal of Islamic Marketing*, 2(1), 28–42. <https://doi.org/10.1108/17590831111115222>
- Yuhanis Abdul Aziz, & Nyen Vui Chok. (2012). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 25(1), 1–23.
- Yususf, M. (2020). Halal Product Awareness in muslim society.
- Zannierah Syed Marzuki, S., Hall, C. M., & Ballantine, P. W. (2012). Restaurant managers' perspectives on *halal* certification. *Journal of Islamic Marketing*, 3(1), 47–58. <https://doi.org/10.1108/17590831211206581>

## LAMPIRAN 1

### **Daftar Pertanyaan Wawancara Dengan Masyarakat yang Berlanja UMKM di Jalan Denai Kota Medan**

#### **Mie Sop Kampoeng Putri**

Nama Narasumber : Indah humairah  
Tempat Wawancara : Mie Sop Kampoeng Putri Jalan Denai  
Waktu Wawancara : Februari 2026  
Penanya : Novi Amalia Atami

#### **UMKM Aroma Bakery & Cake Shop**

Nama Narasumber : Bapak Ferel Ananta  
Tempat Wawancara : Aroma Bakery & Cake Shop Jalan Denai  
Waktu Wawancara : Februari 2026  
Penanya : Novi Amalia Atami

#### **UMKM Mie Balap Putra Denai**

Nama Narasumber : Bapak Toga Tufik  
Tempat Wawancara : Mie Balap Putra Denai Jalan Denai  
Waktu Wawancara : Februari 2026  
Penanya : Novi Amalia Atami

#### **UMKM Mr One Indonesia**

Nama Narasumber : Ibu Dewi Atika  
Tempat Wawancara : Mr One Indonesia Jalan Denai  
Waktu Wawancara : Februari 2026  
Penanya : Novi Amalia Atami

#### **UMKM KOPI KENANGAN**

Nama Narasumber : Bapak Irwan Ernanda Lubis  
Tempat Wawancara : Kopi Kenangan Jalan Denai  
Waktu Wawancara : Februari 2026  
Penanya : Novi Amalia Atami

### **UMKM Mie Gacoan Denai**

Nama Narasumber : Ibu Elvyridha Simbolon  
Tempat Wawancara : Mie Gacoan Jalan Denai  
Waktu Wawancara : Februari 2026  
Penanya : Novi Amalia Atami

### **UMKM Bakso Mas Samsul**

Nama Narasumber : Ahmad Arrafa Simanjuntak  
Tempat Wawancara : Bakso Mas Samsul Jalan Denai  
Waktu Wawancara : Februari 2026  
Penanya : Novi Amalia Atami

Daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul “Persepsi Masyarakat Terhadap Label Halal (Studi Kasus Pelaku UMKM Kota Medan)”. Berikut daftar pertanyaan wawancara:

Persepsi masyarakat terhadap keberadaan label halal di Jalan Denai Kota Medan.

1. Seberapa penting keberadaan label halal pada produk UMKM bagi Bapak/Ibu?
2. Apakah Bapak/Ibu selalu memperhatikan label halal sebelum membeli produk? Mengapa?
3. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu terhadap produk UMKM yang belum memiliki label halal?
4. Apakah keberadaan label halal mempengaruhi keputusan Bapak/Ibu dalam memilih produk? Bisa dijelaskan?

Pemahaman masyarakat tentang makna dan fungsi label halal di Jalan Denai Kota Medan.

5. Dari mana Bapak/Ibu mendapatkan informasi tentang label halal?
6. Apakah menurut Bapak/Ibu semua masyarakat memiliki pemahaman yang sama tentang label halal? Mengapa bisa berbeda?
7. Apakah Bapak/Ibu mengetahui proses suatu produk bisa mendapatkan label halal?

Makna label halal dalam membangun kepercayaan masyarakat di Jalan Denai Kota Medan.

8. Apakah label halal membuat Bapak/Ibu lebih percaya terhadap suatu produk?  
Mengapa?
9. Menurut Bapak/Ibu apa hubungan antara label halal dan kepercayaan konsumen?
10. Apakah Bapak/Ibu lebih memilih produk berlabel halal dibandingkan yang tidak?  
Coba jelaskan alasannya?
11. Selain label halal, faktor apa lagi yang membuat Bapak/Ibu percaya terhadap produk UMKM?
12. Apakah Bapak/Ibu pernah merasa ragu terhadap produk yang tidak memiliki label halal? Coba Bapak/Ibu ceritakan?
13. Menurut Bapak/Ibu apakah label halal dapat meningkatkan kualitas atau citra produk UMKM?

Pengalaman dan pandangan dalam memilih produk

14. Pernahkah Bapak/Ibu membeli produk UMKM tanpa label halal? Apa alasan Bapak/Ibu?
15. Apa perbedaan pengalaman Bapak/Ibu saat membeli produk yang berlabel halal dan yang tidak?
16. Apakah Bapak/Ibu pernah kecewa atau merasa dirugikan karena tidak adanya label halal?
17. Bagaimana kebiasaan Bapak/Ibu dalam memilih produk UMKM sehari-hari?
18. Apakah harga atau rasa lebih berpengaruh dibandingkan label halal dalam keputusan pembelian Bapak/Ibu?
19. Menurut Bapak/Ibu, apa yang sebaiknya dilakukan pelaku UMKM terkait label halal?
20. Apa harapan Bapak/Ibu terhadap produk UMKM di Jalan Denai Kota Medan ke depannya?
21. Apakah ada hal lain yang ingin Bapak/Ibu sampaikan terkait label halal?

## LAMPIRAN II DOKUMENTASI

Dokumentasi berikut ini merupakan bukti visual pelaksanaan wawancara antara penulis dengan narasumber. Dokumentasi ini diambil pada saat sesi wawancara berlangsung dan berfungsi sebagai pelengkap dari transkrip yang telah disajikan lampiran.

Berikut dokumentasi kegiatan penelitian :





LAMPIRAN III  
FOTO PRODUK



Bakso Urat Mas Samsul



Mr. One Indonesia



Mie Sop Kampoeng Putri



Kopi Kenangan



Mie Balap Putra Denai




Aroma Bakery & Shop



Mie Gacoan

## LAMPIRAN IV

### A. Surat Izin Riset

  
**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
<https://fal.umsu.ac.id> [fal@umsu.ac.id](mailto:fal@umsu.ac.id) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Nomor : 33/II.3/UMSU-01/F/2026  
Lamp : -  
Hal : Izin Riset

18 Syaban 1447 H  
06 Februari 2026 M

Kepada Yth :  
UMKM Kota Medan  
di-

Tempat.

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*



Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Novi Amalia Atami  
NPM : 2201270027  
Semester : VII  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP LABEL HALAL (STUDI KASUS PELAKU UMKM KOTA MEDAN)

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

A.n Dekan,  
Wakil Dekan I

  
  
Prof. Dr. Rizka Harfiani., M.Psi  
NIDN : 0103117503

*Pertinggal*

Dipindai dengan CamScanner

B. Balasan izin Riset

1. Surat Balasan

**MIE SOP KAMPOENG PUTRI**

Jalan Denai, Tegal Sari Mandala II, Kec. Medan Denai, Sumatera Utara

Medan, 6 Maret 2026

Hal : Balasan Permohonan Izin Penelitian Mahasiswa

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Di-

Medan

*Assalam'ualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Berkaitan dengan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor: 175/II.3./UMSU-01/F/2025 tanggal 19 Februari 2026 perihal permohonan Izin penelitian Mahasiswa untuk memperoleh data penulisan skripsi yang berjudul: **Persepsi Masyarakat Terhadap Label Halal (Studi Kasus Pelaku UMKM Kota Medan)**.

Sehubung dengan perihal dimaksud, bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa:

Nama : Novi Amalia Atami

NPM : 2201270027

Program Studi : Perbankan Syariah

Telah melaksanakan penelitian di Mie Sop Kampoeng Putri pada Tanggal 19 Februari 2026 dan mendapatkan data data yang dibutuhkan untuk keperluan penyusunan skripsi sesuai dengan judul sebagaimana dimaksud.

Dengan disampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Hormat

Nara Sumber



Indah Khismah-reh

## 2. Surat balasan

**MIE GACOAN**

Jalan Denai No.2, Tegal Sari Mandala II, Kec. Medan Denai

### **SURAT PERNYATAAN**

Perihal : Balasan Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Di

Tempat

Dengan hormat,

Sehubung dengan surat saudara pada tanggal 5 Februari 2026 perihal perizinan tempat penelitian dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswi atas nama Novi Amallia Atami dengan judul, Persepsi Masyarakat Terhadap Label Halal (Studi Kasus Pelaku UMKM Kota Medan)".

Perlu kami sampaikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pada prinsipnya kami tidak keberatan dan dapat mengizinkan pelaksanaan penelitian tersebut di tempat kami.
2. Izin melakukan penelitian diberikan semata-mata untuk keperluan akademik.
3. Waktu pengambilan data dilakukan selama 3 hari setelah tanggal ditetapkan.

Demikian surat balasan dari kami,

Nara Sumber



ELVY RIDHA SEMBOLONI