

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Contoh label halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI dan BPOM (a) dan yang dikeluarkan oleh produsen (b).....	14
Gambar 2. Theory of Planned Behavior	15
Gambar 3. Kerangka pemikiran	25
Gambar 4. Peta Administrasi Desa Rukti Basuki	52

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisoner Penelitian.....	83
--------------------------------------	----

ABSTRACT

HOUSEWIFES INTEREST TO BUYING MUI HALAL LABELED SAUSAGE (STUDI KASUS : IN RUKTI BASUKI VILLAGE). 2020. ANISA FAUZIA (Supervised by WIDODO & SUSANAWATI). *With the increase of Muslims population in the world, the halal industry is currently the latest trend in the world market. Awareness of consuming halal food does not only come from Muslims but also non-Muslims because they think it is safer to buy halal products. Sausage is a processed meat product, which is prone to halalness. The halal label on sausages influences Muslim consumers to buy sausage products labeled halal by MUI. This study aims to find out attitudes, subjective norms, behavioral control, and housewives interest in buying sausages labeled halal by MUI. This research was conducted in Hamlet 04 and hamlet 02 in Rukti Basuki Village, Rumbia District, Central Lampung. The sampling technique in this study was simple random sampling with 89 people in hamlet 04 and 88 people in hamlet 02. The data used in this study were primary data. The analysis technique used the Theory of Planned Behavior by Ajzen and Fishbein. Based on the results of the study, it was concluded that in the hamlet close to the cottage, the attitude of housewives to buy sausages labeled halal MUI was included in the neutral category, subjective norms were in the good category, behavior control got a neutral category, the interest of housewives to buy sausages labeled halal MUI was included in the category. Moderate. In distant hamlets with pondok attitudes fall into the neutral category. Subjective norms fall into the neutral category. Behavior control gets a good category. The interest of housewives to buy sausages labeled halal by MUI is included in the medium category.*

Keywords: Sausage, Halal label, Attitude, Subjective Norms, Behavior Control, Interests

INTISARI

MINAT IBU RUMAH TANGGA UNTUK MEMBELI SOSIS BERLABEL HALAL MUI (studi kasus di Desa Rukti Basuki). 2020. ANISA FAUZIA (Skripsi dibimbing oleh WIDODO & SUSANAWATI). Meningkatnya muslim di dunia menjadikan industri halal saat ini merupakan tren terbaru di pasar dunia. Kesadaran mengkonsumsi makanan halal tidak hanya datang dari muslim tetapi juga non-Muslim karena berfikir lebih aman untuk membeli produk halal. Sosis merupakan salah satu produk olahan dari daging, yang rentan kehalalannya. Label halal pada sosis mempengaruhi konsumen muslim untuk membeli produk sosis berlabel halal MUI. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, dan minat ibu rumah tangga untuk membeli sosis berlabel halal MUI. Penelitian ini dilakukan di Dusun 04 (dusun dekat dengan pondok pesantren) dan dusun 02 (dusun dekat dengan pondok pesantren) di Desa Rukti Basuki, Kec. Rumbia, Lampung Tengah. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini simpel random sampling dengan sebanyak 89 orang di dusun 04 dan 88 orang di dusun 02. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Teknik analisis menggunakan Theory of Planned Behavior yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan pada dusun dekat dengan pondok sikap ibu rumah tangga untuk membeli sosis berlabel halal MUI termasuk kedalam kategori netral, norma subyektif dalam kategori baik, kontrol perilaku mendapat kategori netral, minat ibu rumah tangga untuk membeli sosis berlabel halal MUI termasuk kedalam kategori Sedang. Pada dusun yang jauh dengan pondok sikap termasuk kedalam kategori netral. Norma subyektif termasuk kedalam kategori netral. Kontrol perilaku mendapat kaetgori baik. Minat ibu rumah tangga untuk membeli sosis berlabel halal MUI termasuk kedalam kategori sedang.

Kata kunci : Sosis, label Halal, Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, Minat

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gaya hidup “modern” akan berubah seiring perkembangan globalisasi yang memberikan dampak terhadap kehidupan manusia sehingga mempengaruhi pada pola konsumsi konsumen. (Adisasmito, 2008). Pada tahun 2025 diperkirakan penduduk Indonesia akan bertambah 284 juta dengan 87% dari jumlah penduduk merupakan muslim (Badan Pusat Statistik, 2013). Populasi yang demikian besar dari Umat Islam di Indonesia, menjadi pasar yang demikian potensial untuk dimasuki oleh para produsen makanan (Syahputra & Hamoraon, 2010). Banyaknya produk yang halal dan produk yang tidak jelas dari luar negeri yang diproduksi oleh negara muslim dan non-muslim yang beredar di Indonesia. konsumen harus jeli dalam memperhatikan kehalalan produk terutama makanan.

Pada pasar industri makanan dan minuman sekarang ini, telah banyak beredar makanan olahan cepat saji yang berlabel halal maupun yang tidak berlabel halal, baik secara legal maupun illegal (Sandi & Rahmawanto, 2011). Sektor makanan halal Indonesia telah berkembang secara pesat. Faktanya, banyaknya perusahaan dan produk yang disertifikasi halal oleh Indonesia Majelis Ulama (MUI) meningkat tajam (Widodo dkk., 2018). Di lain pihak, masyarakat muslim juga semakin kritis dan meminta jaminan yang tinggi akan kehalalan mutu produk yang dikonsumsinya.

Industri halal saat ini merupakan tren terbaru di pasar dunia. Populasi muslim dunia mencapai 7,5 miliar orang (Thomson Reuters, 2015). Jumlahnya sangat besar dan secara bertahap dapat meningkat menjadi sekitar 2,2 miliar pada tahun 2030 secara global

Industri halal menjadi salah satu yang tercepat menumbuhkan bisnis di pasar global (Wannasupchue dkk., 2019). Alasan mengapa trend industri label halal menjadi kekuatan pasar utama. Pertama, islam sekarang adalah agama dengan pertumbuhan tercepat di dunia sehingga memicu permintaan global untuk produk halal (Africa Islamic Economic Foundation, 2019). Kedua, Meningkatnya tren mengkonsumsi produk makanan halal untuk alasan etika dan keamanan oleh konsumen non-Muslim. Ketiga adalah kebangkitan kekuatan konsumen halal sebagai kekuatan pasar bersama-sama dengan pertumbuhan populasi muslim dan meningkatnya pendapatan mereka. Menurut Laporan Ekonomi Islam Global, pengeluaran dunia untuk makanan halal global dan produk gaya hidup bisa naik 10,8 persen setahun hingga 2019 untuk menciptakan industri internasional senilai \$ 3,7 triliun (Africa Islamic Economic Foundation, 2019). Ada kesadaran yang lebih besar di kalangan umat islam tentang kebutuhan untuk mengkonsumsi hanya makanan halal (Africa Islamic Economic Foundation, 2019).

Kesadaran mengkonsumsi makanan halal tidak hanya datang dari muslim tetapi juga non-Muslim karena mereka pikir lebih aman untuk membeli produk halal. Produk halal adalah mendapatkan pengakuan yang lebih luas tidak hanya karena pertemuan. Persyaratan syariah, tetapi juga kebersihan, sanitasi dan aspek keamanan (Ali dkk., 2018). Tingginya permintaan makanan halal harus memberikan jaminan bagi konsumen dalam hal memberikan produk yang lebih aman dan wajib bagi muslim untuk mengkonsumsi makanan halal. Di era MEA persaingan antar produk makanan akan sangat ditentukan dengan adanya sertifikat halal pada produk makanan. Oleh karena itu dibutuhkan lembaga sertifikat halal yang handal, mandiri

dan bekerja secara cepat untuk memberikan sertifikat halal produk yang dibuat masyarakat.

Berkembangnya industri makanan di Indonesia meningkatkan berbagai macam produk beredar di pasaran salah satunya olahan siap saji. Banyak produk olahan siap saji saat ini seperti nugget, tempura, bakso, kornet, daging asap dan salah satunya yaitu sosis. Sosis adalah produk makanan yang diperoleh dari campuran daging halus dan tepung atau pati dengan penambahan bumbu, bahan tambahan makanan yang dimasukkan ke dalam selongsong sosis (Herlina dkk., 2015). Rata-rata Konsumsi Produk Peternakan Per kapita Per tahun 2015—2017 menunjukkan konsumsi produk untuk konsumsi daging diawetkan (sosis, nugget, daging asap, kornet), mengalami peningkatan konsumsi per kapita per tahun. Pada tahun 2015 dan 2016 konsumsi daging diawetkan sebesar 0,261 kg dan meningkat pada tahun 2017 sebesar 0,521 kg per kapita per tahun (Kementrian Pertanian, 2018).

Sosis saat ini merupakan produk olahan yang digemari banyak kalangan masyarakat saat ini. Dilihat dari segi pengolahan, label halal pada produk sosis sangat penting karena konsumen belum mengetahui apakah daging yang digunakan asli atau ada campuran daging yang diharamkan. Daging sapi maupun daging babi yang sudah di campur dengan bahan sosis tidak akan kelihatan bedanya jika sudah menjadi sosis. Sekarang banyak produk rumahan maupun skala perusahaan sehingga muncul produk yang memiliki label halal dan tidak.

Banyaknya produk impor yang masuk ke Indonesia masyarakat muslim harus mencari informasi tentang produk yang akan di konsumsi, salah satunya dengan melihat label halal yang tertera. Dalam agama Islam sudah di anjurkan untuk

mengonsumsi makanan halal. Anjuran tersebut di sebutkan dalam QS. Al Baqoroh : 168 yang berbunyi “*Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, karena setan itu adalah musuh yang nyata bagi kamu*”. Serta di dalam Surat Al-Maidah ayat 88 Allah SWT menyatakan bahwa “*Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezeasikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya*”. Hal ini mengungkapkan bahwa seseorang hendaknya mengonsumsi makanan yang halal serta baik kandungan gizinya. Makna halal adalah segala sesuatu yang secara dzat telah dibolehkan oleh Allah untuk dikonsumsi thayyib (baik) dan diperoleh dari penghasilan yang halal, tidak mencuri serta tidak berasal dari mu’amalah yang haram (Hervina, 2017).

Labelisasi halal merupakan tanda kepada konsumen bahwa produk yang berlabel tersebut benar halal dan bahannya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga dapat di konsumsi. Produk-produk yang tidak mencantumkan label halal pada produknya, dianggap belum mendapatkan persetujuan oleh lembaga yang berwenang (LPPOM-MUI) untuk diklasifikasikan dalam produk yang halal atau di anggap masih diragukan kehalalannya (Bulan & Rizal, 2016).

Hasil dari penelitian (Priyanka dkk., 2017) yang sudah dilakukan sebagian sosis yang dijual di beberapa pasar tradisional, pedagang asongan, dan sosis tidak bermerek dari supermarket di Yogyakarta ditengarahi mengandung cecaran babi. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa sosis sapi yang di jual di pasaran tidak semuanya adalah sosis halal, yaitu masih tercemar daging babi, sampel terdeteksi positif tercemar

DNA babi dengan primer spesifik babi P14, PPA6, PPA8 dan pork masing-masing sebesar 88,89%, 22,22%, 22,22%, dan 22,22%. Primer PPA6, PPA8, dan pork mengamplifikasi DNA tidak spesifik. Setelah di temukan cemaran daging babi pada sosis yang di jual di supermarket maupun sosis di pasar tradisional hal ini membuat ancaman bagi konsumen sosis yang tidak mengetahui adanya temuan tersebut. Masyarakat dihadapkan pada dua pilihan untuk membeli produk sosis yang tersertifikasi halal dan yang tidak tersertifikasi halal yang dapat berdampak bagi masyarakat itu sendiri.

Daerah Lampung Tengah adalah sebuah kota yang kaya akan predikat, baik berasal dari sejarah maupun potensi yang ada, seperti sebagai kota perjuangan, kota kebudayaan, dan kota yang banyak industri agribisnis. Sebagai daerah yang memiliki banyak potensi, Lampung Tengah juga memiliki banyak daerah yang mempunyai Hampir sebagian besar masyarakatnya penduduk muslim. Pengetahuan masyarakat tentang kewajiban memakan makanan halal pada masyarakat muslim akan lebih luas dan mendalam. Maka dilakukan penelitian untuk mengetahui perbedaan Minat Ibu Rumah Tangga Untuk Membeli Sosis Berlabel Halal MUI di daerah di lingkungan sekitar pondok dan lingkungan masyarakat yang jauh dari pondok.

Oleh karena itu, karna pentingnya Labelisasi halal pada produk terutama kesucian dan kehalalan produk yang akan di pakai atau konsumsi bagi masyarakat muslim. Penelitian ini dilakukan untuk menginformasikan tentang Label Halal MUI kepada ibu rumah tangga dan memperoleh informasi yang jelas serta bukti ilmiah tentang Minat Ibu Rumah Tangga Untuk Membeli Sosis Berlabel Halal MUI di Desa Rukti Basuki, Kec. Rumbia, Kab. Lampung Tengah.

B. Tujuan

1. Mengetahui sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku ibu rumah tangga untuk membeli sosis yang berlabel halal MUI.
2. Mengetahui minat beli ibu rumah tangga untuk membeli sosis yang berlabel halal MUI.

C. Kegunaan

1. Bagi Konsumen, penelitian ini diharapkan menambah kesadaran konsumen khususnya ibu rumah tangga muslim tentang pentingnya lebel halal pada produk makanan sosis yang akan di konsumsi.
2. Bagi Penulis, Penelitian ini diharapkan memberi pengetahuan dan informasi tentang pelebelan halal pada produk olahan sosis.
3. Bagi produsen, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tentang pentingnya pelabelan halal bagi produk sosis bagi konsumen terutama konsumen muslim