

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP LABEL DAN PERIZINAN PRODUK KULINER UKM

Karyanti^{*)}, Ismon Zakya^{*)}, Rindukasih Bangun^{*)}, , Candra Sari Mutiara^{*)}

^{*)}Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Riau

e-mail: ismonz@yahoo.com

ABSTRACT

Consumer perceptions of the importance of halal information need to be known for products produced by the food industry safe to consumed both in terms of nutritional value and halal. Perception is essentially a cognitive process experienced by everyone in understanding information about the environment, both through sight and hearing. Label has an important meaning that needs to be regulated and controlled so that information about the food delivered to the community is true and not misleading. The purpose of labeling on food that is packed is so that people who buy or consume can get correct and clear information about each product packaged both regarding the origin, safety, quality, nutritional content and other information to determine whether the product contains elements that are forbidden or harmful to health. The function of the label is a form of government protection to consumers in the form of orderly implementation of a law on food and beverages or drugs and is a guarantee that the goods that have been selected are not harmful when used. PIRT (Food Industry Household) licensing is required as the safety standards referring to Government Regulation PP No.28/2004 on Food Quality and Nutrition and Decision of Head of POM RI No.HK.00.05. 5.16640. The purpose of this study was to identify and to know the public perception of halal label and product permit. The location and sample of the study were selected based on several considerations (purposive sampling), in Bengkalis, Rokan Hilir and Pekanbaru, with the number of samples of consumers from UMKM as many as 30 people. Data analysis is done descriptively. The results showed that 73% of respondents chose the complete label product that is P-IRT permit and halal label and 93% of respondents are confident with the PIRT label issued by the Health Office.

Keywords: perception, product innovation, label innovation, licensing.

ABSTRAK

Persepsi konsumen tentang pentingnya informasi halal perlu untuk diketahui agar produk yang dihasilkan oleh industri pangan aman untuk dikonsumsi baik dari segi nilai gizi maupun kehalalannya. Persepsi pada hakekatnya merupakan proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungan, baik lewat penglihatan maupun pendengaran. Label merupakan sarana yang memiliki arti penting sehingga perlu diatur dan dikendalikan agar informasi mengenai pangan yang disampaikan kepada masyarakat benar dan tidak menyesatkan. Tujuan pemberian label pada pangan yang dikemas adalah agar masyarakat yang membeli atau mengkonsumsi dapat memperoleh informasi yang benar dan jelas tentang setiap produk yang dikemas baik menyangkut asal, keamanan, mutu, kandungan gizi maupun keterangan lain guna mengetahui apakah produk mengandung unsur-unsur yang diharamkan atau membahayakan bagi kesehatan. Fungsi dari label

merupakan bentuk perlindungan pemerintah kepada para konsumen yang berupa pelaksanaan tertib suatu undang-undang bahan makanan dan minuman atau obat serta merupakan jaminan bahwa barang yang telah dipilih tidak berbahaya bila digunakan. Sebelum memasarkan produk makanan dan minuman ke masyarakat, diperlukan perizinan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan memenuhi standar keamanan yang mengacu pada Peraturan Pemerintah No.28 Tahun 2004 tentang keamanan Mutu dan Gizi Pangan dan Keputusan Kepala Badan POM RI No.HK.00.05.5.16640. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan mengetahui persepsi masyarakat terhadap label halal dan izin produk. Lokasi dan sampel penelitian dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan (*purposive sampling*), di Kabupaten Bengkalis, Rokan Hilir dan Kota Pekanbaru, dengan jumlah sampel yakni konsumen dari UMKM sebanyak 30 orang. Analisa data dilakukan secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 73 % responden memilih produk yang lengkap labelnya yaitu ada izin P-IRT dan label halalnya dan sebesar 93 % responden yakin dengan label PIRT yang dikeluarkan Dinas Kesehatan.

Kata kunci : persepsi, inovasi produk, inovasi label, perizinan.

PENDAHULUAN

Kebiasaan makan seseorang sangat dipengaruhi oleh usia, jenis kelamin, pendidikan, status sosial ekonomi, kesehatan serta keadaan psikologi orang tersebut. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi seorang konsumen untuk membeli suatu produk pangan seperti faktor budaya, sosial, pendidikan serta pendapatan. Oleh karena makan merupakan kebutuhan yang paling dasar dalam kehidupan dan sangat berkaitan erat dengan kesehatan, maka konsumen tentunya membutuhkan keamanan, lingkungan serta faktor-faktor lain yang menunjang terciptanya produk makanan yang aman dikonsumsi dari berbagai segi (Schaffner *et al.*, 1998).

Persepsi merupakan proses, di mana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia

ini. Orang dapat memiliki persepsi yang berbeda dari objek yang sama karena adanya tiga proses persepsi yaitu: perhatian yang selektif, gangguan yang selektif dan mengingat kembali yang selektif. Faktor-faktor persepsi ini berarti bahwa para pemasar harus bekerja keras agar pesan yang disampaikan diterima (Setiadi, 2003). Sedangkan label merupakan salah satu cara penyampaian pesan oleh produsen kepada konsumen. Secara umum, label minimal harus berisi nama atau merek produk, bahan baku, ukuran, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, berat isi bersih (*netto*), aturan pakai, akibat sampingan dan nama alamat usaha serta keterangan untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat.

Pengusaha wajib mencantumkan nama dan alamat pangan, importir, pengedar produk pangan serta tanggal, bulan dan tahun kadaluarsa. Hal ini

agar konsumen makanan/minuman dapat mengetahui apakah barang tersebut masih layak dikonsumsi atau tidak, hal ini tertera dalam ketentuan Kadaluarsa (Undang-undang no.8 Tahun 1999).

Ketentuan halal menurut Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yaitu pelaku usaha wajib mengikuti ketentuan berproduksi secara halal yang di cantumkan dalam label. Untuk mendukung pernyataan halal, produsen wajib memeriksakan pangan pada lembaga pemeriksa yang sudah terakreditasi sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku (Undang-undang No.8 Tahun 1999).

Para ahli antropologi berpendapat bahwa kebiasaan makan keluarga dan susunan hidangannya merupakan salah satu manifestasi kebudayaan keluarga yang disebut *life style*. Bagi penganut agama Islam, makanan menjadi hal yang harus diperhatikan. Hal ini dikarenakan ada ketentuan atau status hukum yang berlaku terhadap suatu makanan yang biasa disebut halal atau haram makanan tersebut. Tuntunan tersebut mewajibkan setiap muslim untuk mengkonsumsi makanan yang baik dan halal sesuai dengan yang terdapat didalam kitab Al-Qur'an (Al quran Surat Al-Maidah ayat 90-91). Karena itu pengetahuan tentang halal menjadi penting bagi konsumen muslim sebelum memutuskan akan mengkonsumsi suatu produk pangan.

Adanya label halal akan memudahkan konsumen untuk mengidentifikasi produk pangan

sehingga meskipun tanpa pengetahuan yang mendalam tentang bahan tambahan makanan yang memungkinkan menggunakan bahan haram, konsumen akan merasa aman ketika mengkonsumsi makanan yang telah berlabel halal. Meskipun demikian, masih ada konsumen muslim yang tidak benar benar memperhatikan adanya label halal. Oleh karena itu, persepsi konsumen tentang pentingnya informasi halal sangatlah perlu untuk diketahui agar produk-produk yang dikeluarkan oleh industri pangan merupakan produk yang aman untuk dikonsumsi baik dari segi nilai gizi maupun kehalalannya.

Produk makanan di Provinsi Riau berkembang dengan pesat. Karena berkembangnya produk makanan/kuliner di Provinsi Riau, maka masyarakat perlu mendapat perlindungan atau jaminan akan higienisnya, mutunya maupun kehalalannya. Kebijakan perlindungan konsumen diterapkan melalui kebijakan perizinan dan Merk dagang/label (Undang-undang no.8 Tahun 1999).

Berdasarkan kebijakan dari Pemerintah Provinsi Riau yang mencanangkan Provinsi Riau sebagai "*The Home Land Of Melayu*" Pemerintah menginginkan adanya kuliner Riau yang berkualitas, bersih, higienis, tertata dengan jelas dan yang terpenting lagi adanya label dan izin dari instansi yang berwenang. Sehingga masyarakat Riau yang heterogen serta pendatang ataupun tamu tamu yang berkunjung ke Riau dapat dengan mudah memperoleh dan menikmati

kuliner Riau tersebut. Untuk itu makalah ini akan membahas tentang persepsi masyarakat terhadap label dan perizinan produk kuliner Riau.

Banyak sekali jenis kuliner yang ada di Provinsi Riau, yang berbahan dasar ikan seperti; ikan asam pedas patin, asam pedas tapah, ikan salai, abon ikan, kerupuk ikan. Berbahan dasar sagu seperti; mi sagu kering, sagu rendang, cendol sagu, berbahan dasar singkong seperti, keripik cabe. Selanjutnya dari nenas seperti dodol nenas. Selain itu ada juga madu, gula aren dan sebagainya. Di antara kuliner atau hasil makanan dari Riau, maka dipilih 8 jenis kuliner yang akan diteliti persepsi masyarakat terhadap label dan perizinannya. Terdapat delapan jenis produk tersebut adalah; keripik labu cina, pisang salai, wajik nenas, stik ubi ungu, kerupuk ikan lele, coconut jelly, keripik nenas, kerupuk ubi pedas. Produk kuliner tersebut akan diidentifikasi apakah sudah memiliki sejumlah keterangan sehingga konsumen sudah mendapatkan petunjuk tentang produk berupa bahan baku, ukuran, komposisi, tanggal kadaluarsa, aturan pakai dan lain sebagainya.

Selanjutnya dari produk yang telah dipilih tersebut akan diidentifikasi pengetahuan dan persepsi masyarakat terhadap produk yang sudah punya izin atau belum serta terhadap produk yang sudah punya label atau belum punya label.

METODE PENELITIAN

Tempat dan waktu

Kegiatan penelitian dilakukan di Kabupaten Bengkalis, Rokan Hilir dan Pekanbaru. Pemilihan lokasi berdasarkan pertimbangan (*purposive sampling*) karena di Kabupaten tersebut tersedia data tentang UKM. Penelitian dilakukan dari bulan Oktober sampai Desember 2015.

Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner tentang persepsi responden terhadap label dan perizinan kepada 30 orang responden. Sedangkan data sekunder yang dikumpulkan adalah data jumlah UKM/UMKM, dan data penunjang lainnya terkait dengan tujuan penelitian.

Sampel pada kajian ini adalah konsumen UKM yang bermukim di Rokan Hilir (Ujung Tanjung), Kabupaten Bengkalis (Duri) dan Pekanbaru. Jumlah responden yang disurvei adalah sebanyak 30 orang. Terhadap produk yang diteliti yaitu: 1) keripik labu cina, 2) pisang salai, 3) wajik nenas, 4) stik ubi ungu, 5) kerupuk ikan lele, 6) coconut jelly, 7) keripik nenas, 8) kerupuk ubi pedas.

Variabel yang dikumpulkan yaitu karakteristik responden yang meliputi usia, jenis kelamin, suku, pendidikan dan persepsi masyarakat responden terhadap label dan perizinan yang tertera pada produk meliputi pengamatan responden terhadap label produk ketika akan membeli; seperti ada tidaknya label, ketika tidak ada label apakah responden tetap

memutuskan untuk membeli, demikian juga label halal; apakah tetap akan memutuskan membeli ketika tidak ada label halalnya. Responden juga diminta untuk meyakinkan diri bahwa dengan adanya label halal responden yakin akan produk tersebut adalah tidak berpengaruh buruk terhadap responden, tidak mengandung babi dan produk tersebut dibuat oleh muslim kalau seandainya tidak ada logo halalnya.

Pengolahan dan analisa data dilakukan secara deskriptif terhadap variabel. Variabel yang diteliti meliputi pengetahuan masyarakat terhadap adanya label dan perizinan pada produk dan persepsi masyarakat terhadap label dan perizinan tersebut. Pernyataan tentang pengetahuan masyarakat sebanyak 10 pernyataan dan pernyataan tentang persepsi masyarakat 6 pernyataan.

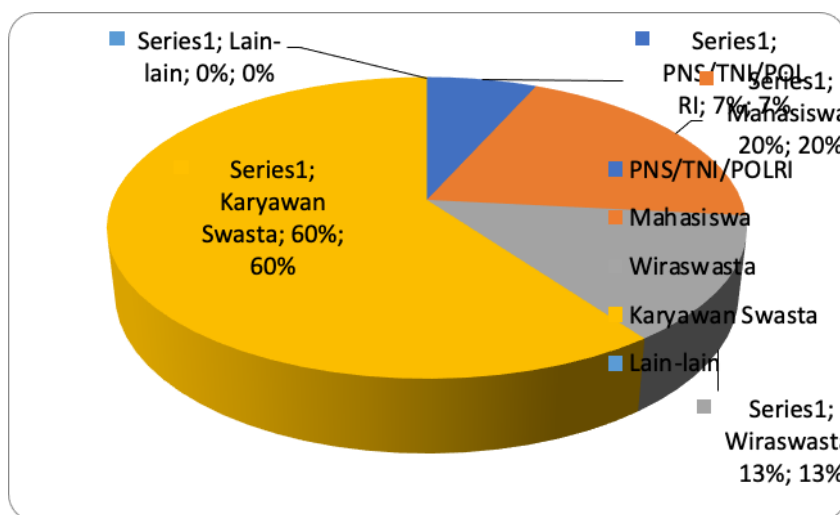
HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Di dalam penelitian ini pengumpulan data primer dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner untuk mengetahui tingkat pemahaman responden terhadap produk UKM/UMKM. Responden adalah masyarakat yang ada di daerah Kabupaten Rohil, Kabupaten Bengkalis yang berlokasi di Duri dan Kota Pekanbaru.

a. Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa pekerjaan responden yang terbesar adalah karyawan swasta 60%, mahasiswa 20%, wiraswasta 13%, PNS/TNI/Polri sebesar 7% (Gambar 1). Hal ini mellihatkan bahwa sebagian besar responden adalah karyawan swasta. Variabel pekerjaan berpengaruh terhadap persepsi masyarakat tentang urgensi label dan perizinan dalam pemilihan produk kuliner serta kelengkapan produk kuliner yang tertera pada label dan perizinan.

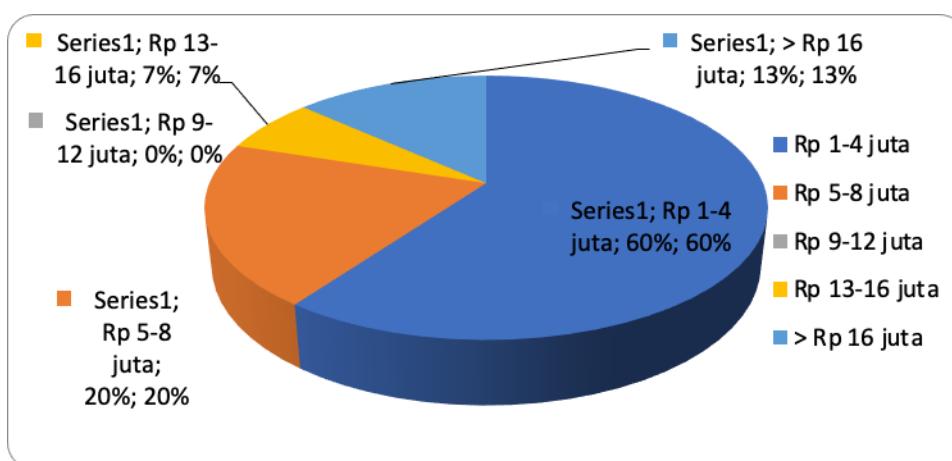


Gambar 1. Perkerjaan Responden

b. Penghasilan

Sebagian besar (60 %) responden mempunyai penghasilan setiap bulannya 1-4 juta per bulan, sebesar 20% responden mempunyai penghasilan 5-8 juta per bulan. Sebanyak 8 % berpenghasilan 13-16 juta dan sebanyak 2% diatas 16 juta (Gambar 2). Penghasilan responden

pada umumnya rendah yaitu berkisar 1 – 4 juta per bulan (Gambar 2). Variabel penghasilan berpengaruh terhadap persepsi masyarakat tentang urgensi label dan perizinan dalam pemilihan produk kuliner serta kelengkapan produk kuliner yang tertera pada label dan perizinan.



Gambar 2. Penghasilan Responden

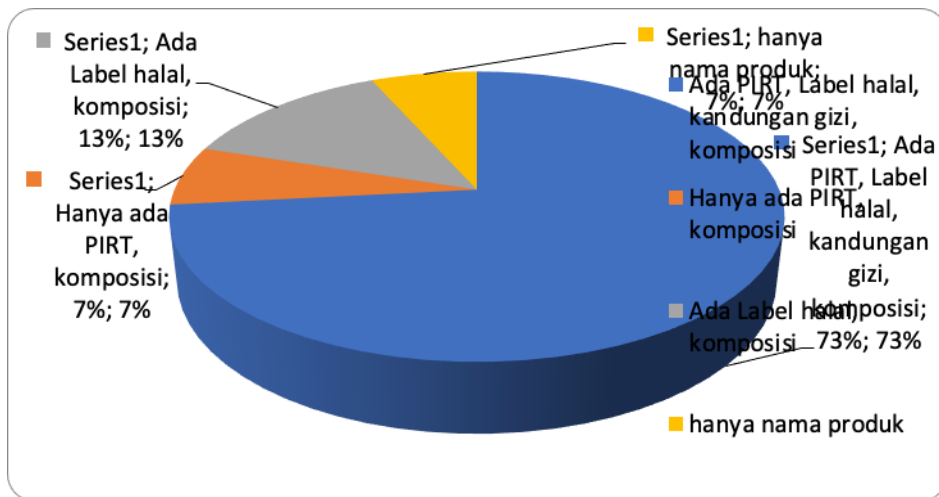
Pengetahuan

Responden Tentang Label Halal dan Perizinan

a. Pendapat responden tentang label

Dari Gambar 3. dapat dilihat bahwa sebesar 73 % responden memilih produk yang lengkap labelnya yaitu ada izin P-IRT dan label halalnya, sebanyak 7% responden memilih produk yang hanya ada izin nya tanpa label halal, ada juga yang memilih produk tanpa

adanya izin P-IRT tapi ada label halalnya 13%, namun masih ada responden yang memilih produk tanpa label sama sekali sebanyak 8 % ini mungkin karena masyarakat tersebut meyakini bahwa produk yang dikonsumsi tersebut diketahui siapa yang membuat (muslim) dan cara pembuatannya.

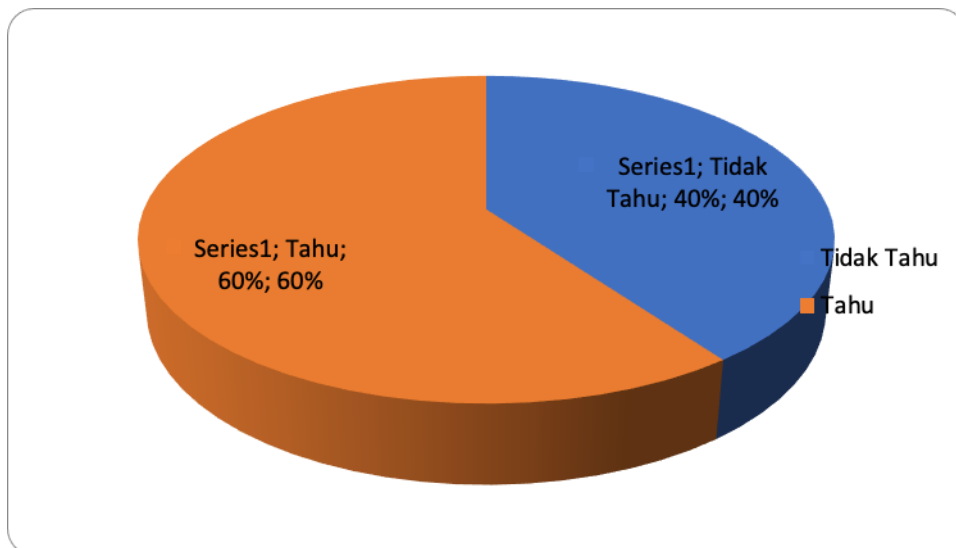


Gambar 3. Pengetahuan masyarakat terhadap label

b. Pengetahuan responden tentang Izin Produk kuliner UKM

Sebagian besar (60%) responden sudah mengetahui tentang adanya izin produk kuliner, dan sebesar 40% konsumen tidak mengetahui tentang adanya izin produk kuliner. Sebagian

besar responden sudah mengetahui bahwa produk yang dipasarkan sudah mempunyai izin sebagai jaminan dari Pemerintah bahwa produk tersebut baik untuk dikonsumsi (Gambar 4).



Gambar 4. Pengetahuan tentang izin Produk

c. Jenis Izin yang diwajibkan untuk produk kuliner

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 1. dapat dilihat bahwa pengetahuan responden dalam memilih

izin yang diwajibkan terhadap produk kuliner adalah sebesar 27 % memilih izin MD (makanan Dalam Negeri), 0 % izin ML (makanan Luar Negeri) sedangkan 73% memilih PIRT (Pangan

industri Rumah Tangga). Seharusnya untuk produk kuliner UKM cukup dengan izin PIRT, sedangkan untuk produk olahan seperti bakso, nugget itu baru diperlukan MD.

Tabel 1: Jenis izin produk Kuliner.

Jenis Izin	Persentase (%)
MD (makanan dalam Negeri)	27
ML (makanan luar Negeri)	0
PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga)	73

Sumber : *Data Olahan Tahun 2015*

d. Informasi tentang halal

Semua responden (100 %) pernah mendengar informasi tentang halal pada produk makanan, ini berarti bahwa responden sudah sangat akrab dengan kata-kata halal karena label halal akan memudahkan konsumen

untuk mengidentifikasi produk pangan sehingga meskipun tanpa pengetahuan yang mendalam tentang bahan tambahan yang mungkin mengandung bahan tidak halal, konsumen akan merasa aman ketika mengkonsumsi makanan yang berlabel halal.

Tabel 2. Pernah mendengar masalah halal

Uraian	Persentase (%)
Pernah	100
Tidak pernah	0

Sumber : *Data Olahan Tahun 2015*

e. Bahan tambahan makanan yang tidak halal

Pengetahuan responden tentang bahan tambahan produk kuliner. Bahan produk kuliner biasanya terdiri dari berbagai macam, mulai dari bahan pokok dan bahan tambahan, pada bahan tambahan ini memang sering terdiri dari bahan-bahan yang tidak diketahui jenis dan istilahnya oleh responden sehingga responden harus

benar-benar teliti dan jeli melihat dan mengetahui bahan-bahan tambahan tersebut. Tidak jarang disinilah produsen memasukkan bahan tambahan seperti vetsin (MSG), penambah rasa (flavour) serta pewarna yang mungkin mengandung bahan haram. Tabel 3 menunjukkan sebesar 80 % responden berpendapat bahwa ada kemungkinan bahan tambahan mengandung bahan yang tidak halal, sedangkan 20% responden menjawab tidak tahu.

Tabel 3. Bahan tambahan makanan tidak halal

No.	Uraian	Persentase (%)
(1)	(2)	(3)
1	Tidak mungkin	0
2	Tidak Tahu	20
3	Ya	80

Sumber : *Data Olahan Tahun 2015*

f. Sumber informasi tentang halal

Untuk melihat pengetahuan responden juga ditanyakan sumber tentang halal, dari manakah konsumen mendapatkan informasi tentang halal? Pada Tabel 4. disajikan tentang sumber informasi tentang halal. Sebesar 32 % responden menyatakan bahwa mereka mengetahui informasi tentang halal dari

pertemuan keagamaan, sebesar 26 % dari sumber lainnya, serta 14 % dari media elektronik bisa TV, internet, dan sejenisnya. Dan sebesar 14 % responden mendapat informasi tentang halal dari sekolah. Ternyata sumber informasi tentang halal paling banyak disampaikan di pertemuan keagamaan.

Tabel 4. Informasi tentang halal

	Orang Tua	sekolah	Teman	buku	Media elektronik	Pertemuan keagamaan	Lain- lain
Persentase (%)	0	14	9	5	14	32	26

Sumber : *Data Olahan Tahun 2015*

4.3. Persepsi Responden Tentang Label Halal

Persepsi merupakan proses dimana individu - individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberi makna kepada lingkungan mereka (Robbin 2001). Sedangkan Thoha menyatakan persepsi sebagai proses kognitif yang dialami oleh setiap orang didalam memahami informasi tentang lingkungannya baik lewat penglihatan

maupun pendengaran. Dan Indrajaya menyatakan suatu penerimaan yang baik atau pengambilan inisiatif dari proses komunikasi. Maka dari beberapa defenisi diatas secara umum, peneliti membuat kesimpulan tentang persepsi adalah penafsiran berdasarkan data-data yang diperoleh dari lingkungan yang diserap oleh indera manusia sebagai pengambilan inisiatif dari proses komunikasi suatu penerimaan

yang baik atau pengambilan inisiatif dari proses komunikasi.

Pada Tabel 5. pernyataan No. 1 dapat dilihat bahwa responden setuju dan sangat setuju (93%) dengan pernyataan bahwa responden yakin dengan label halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI, dan hanya 7 % saja yang sangat tidak setuju arti tidak yakin dengan label halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI.

Pernyataan No. 2 sebesar 93 % responden setuju dan sangat setuju dengan pernyataan Produk dengan label halal dari LPPOM MUI tidak berpengaruh buruk pada konsumen, dan hanya 7 % saja responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut artinya meragukan label halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI.

Pernyataan No. 3 sebesar 93 % juga responden setuju dan sangat setuju bahwa Produk pangan yang tidak mengandung babi adalah produk halal, dan 7 % konsumen tidak setuju bahwa produk pangan yang tidak mengandung babi adalah halal, kemungkinan responden meragukan dari bahan tambahan produk yang mungkin ada bahan yang tidak halal dikonsumsi sehingga konsumen tidak setuju.

Dari pernyataan yang ke 4 responden tetap percaya dengan produk pangan yang tidak berlabel halal yang diproduksi muslim, sebesar 93 % responden setuju dan sangat setuju, dan 7 % menyatakan tidak setuju.

Tabel 5. Persepsi responden Tentang Label Halal

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
		%			
1.	Keyakinan dengan label halal yang dikeluarkan LPPOM MUI	7	0	60	33
2.	Produk dengan label halal dari LPPOM MUI tidak berpengaruh buruk pada konsumen	0	7	67	26
3.	Produk pangan yang tidak mengandung babi adalah produk halal	0	7	80	13
4.	Konsumen tetap percaya dengan produk pangan yang tidak berlabel halal yang diproduksi muslim	0	7	80	13

Sumber : *Data Olahan Tahun 2015*

Keterangan: STS : sangat tidak setuju
 TS : tidak setuju
 S : setuju
 SS : sangat setuju

Selanjutnya persepsi dapat juga dilihat sebagai berikut tabel 6:

- a. Memperhatikan label halal ketika membeli produk pangan.

Seratus persen konsumen menjawab selalu memperhatikan label halal ketika akan membeli suatu produk pangan.

- b. Keputusan yang diambil untuk produk pangan yang tidak berlabel halal. Walaupun semua konsumen memperhatikan label halal ketika akan membeli suatu produk, namun ketika ada produk yang tidak berlabel halal, konsumen kadang-kadang (27%) masih tetap membeli produk tersebut. Dan 73 % konsumen tidak jadi membeli produk.
- c. Alasan tetap membeli produk pangan yang tidak berlabel halal. Alasan konsumen tetap membeli produk yang tidak berlabel halal ternyata bermacam-macam dapat dilihat pada tabel 6 berikut: Tabel 6 menunjukkan bahwa 67% (Enam puluh tujuh persen) konsumen tetap membeli produk yang tidak berlabel halal karena mereka yakin dengan komposisi yang terkandung pada produk tersebut berasal dari bahan halal dan baik, sebanyak 13% (tiga belas persen) konsumen tetap membeli produk karena percaya pada produsen yang membuatnya, dan 20 % (dua puluh persen) lain konsumen tetap membeli karena tidak tau alasan (lain-lain). Sedangkan harga yang murah, kandungan gizi bagus, merek terkenal tidak mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang tidak berlabel halal.
- d. Alasan tidak jadi membeli produk pangan yang tidak berlabel halal. Dari tabel 6 dapat dilihat sebagian besar konsumen (53 %) menyatakan bahwa mereka tidak jadi membeli produk pangan yang tidak berlabel halal karena aturan agama, 33 % konsumen tidak memilih karena tidak percaya produsen dan 13 % karena lain-lain serta tidak ada pengaruh merek sehingga konsumen tidak membeli produk yang tidak berlabel halal.

Tabel 6. Keputusan yang diambil untuk produk

Pernyataan	Persentase (%)
a. Memperhatikan label halal ketika akan membeli	
- Ya	100
- Tidak	0
b. Keputusan untuk membeli produk yang tidak berlabel halal	
- Tetap membeli	0
- Kadang-kadang membeli	27
- Tidak membeli	73
c. Alasan tetap membeli produk pangan yang tidak berlabel halal	
- Komposisi tidak meragukan	67
- Harganya murah	0
- Kandungan gizi bagus	0
- Merek terkenal	0
- Percaya pada produsennya	13
- Lain-lain	20

d. Alasan tidak jadi membeli produk pangan yang tidak berlabel halal	
- Tidak Percaya pada produsennya	33
- Tidak percaya pada Mereknya	0
- Aturan agama	53
- Lainnya	13

Sumber : *Data Olahan Tahun 2015*

4.4. Persepsi Responden Tentang Perizinan.

Pada pernyataan No.1 sebesar 93 % responden mempunyai keyakinan dengan label PIRT yang dikeluarkan Dinas Kesehatan, sedang 7% responden sangat tidak yakin dengan label halal yang dikeluarkan oleh dinas kesehatan. Selanjutnya pernyataan no.

2. Tentang produk dengan label PIRT dari Dinas Kesehatan; sebesar 67% responden sangat setuju bahwa PIRT adalah bentuk pengawasan Pemerintah terhadap produk makanan dan ternyata ada sebesar 33 % responden tidak setuju bahwa PIRT adalah merupakan bentuk pengawasan dari Pemerintah.

Tabel 7. Persepsi tentang perizinan PIRT

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
		%			
1.	Keyakinan dengan label PIRT yang dikeluarkan Dinas Kesehatan	7	0	60	33
2.	Produk dengan label PIRT dari Dinas Kesehatan merupakan bentuk pengawasan pemerintah terhadap produk makanan	0	33	53	14

Sumber : *Data Olahan Tahun 2015*

Sebesar 93 % responden mempunyai keyakinan dengan label PIRT yang dikeluarkan Dinas Kesehatan, sedang 7% responden sangat tidak yakin dengan label halal yang dikeluarkan oleh dinas kesehatan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan :

1. 73 % responden sudah mengetahui tentang label dan perizinan dan masih terdapat 27 % responden yang belum mengetahui komposisi minimal

kemasan produk kuliner yang tertera pada label dan perizinan.

2. Sebagian besar responden (93 %) mempunyai persepsi bahwa label dan perizinan memegang peranan paling penting dalam memilih produk kuliner.

Saran

1. Perlu sosialisasi tentang manfaat label dan perizinan produk kuliner UKM kepada masyarakat.
2. Diperlukan peranan Pemerintah dalam memfasilitasi pengurusan label halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyantono. 2005. Masalah Halal : Kaitan antara Syar'i, teknologi dan Sertifikasi. Penerbit PT Kiblat Buku Utama. Bandung;
- Indrawijaya, I, Adam, 2000, Perilaku Organisasi, Bandung : Sinar Baru Algensindo;
- Keputusan bersama Menkes dan Menag No.427/menkes/VIII/1985 dan No. 68 tahun 1985 tentang Pencantuman Tulisan "Halal" pada Label Makanan;
- Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 924/Menkes/SK/VII/1996, beserta peraturan pelaksanaannya berupa Keputusan Dirjen POM No. HK. 00.06.3.00568 tentang Tata Cara Pencantuman Tulisan Halal pada Label Makanan;
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan kontrol*. Jakarta. Erlangga;
- Peraturan Pemerintah No. 69 tahun 1999. Tentang Label dan Iklan Pangan;
- Peraturan Pemerintah No 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan;
- Peraturan Presiden Republik Indonesia. Nomor 98 Tahun 2014 Tentang Perizinan Untuk usaha Mikro Dan Kecil;
- Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 76/Menkes/Per/III/78 tentang label dan Periklanan Makanan;
- Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI No.HK.1.23.04.12.2206 Tahun 2012 Tentang Cara Produksi Pangan Yang Baik untuk Industri Rumah Tangga;
- Qardhawi, Y. 2000. Halal dan Haram dalam Islam. Robbani Press. Jakarta;
- Robbins, S.P. (2001). Psikologi Organisasi, (Edisi ke-8). Jakarta: Prenhallindo;
- Sandi, Aris S Prima dkk. 2011. Persepsi Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Minuman Berenergi, Jurnal Manajemen Bisnis/Volume I No.2/Edisi Oktober 2011. Universitas Muhammadiyah Malang;
- Sampurno. 2001. Label Pangan dan Label Halal : dalam Perspektif Peran, Tugas dan Tanggung Jawab BPPOM. Badan POM. Jakarta;
- Schaffner, D J, William R S, Mary D E. 1998. *Food Marketing an International Perspective*. WCB Mc-Graw Hill. Singapore;
- Setiadi, Nugroho J. 2003. Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenada Media;
- Thoha Miftah. 1988. Prilaku Organisasi. Jakarta: PT. raja Grafindo Persada;
- Undang Undang Nomor 23 Tahun 1992. Tentang Kesehatan;
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996. Tentang : pangan;
- Undang-undang no.8 Tahun 1999. Tentang Perlindungan Konsumen