

**KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK
TANPA LABEL HALAL PADA BREM SULING ISTIMEWA MADIUN
PERSPEKTIF KEPATUHAN SYARIAH**



Oleh:

**HAYU AFIAN
NIM 501230009**

**PROGRAM MAGISTER
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PONOROGO
2025**

**KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK
TANPA LABEL HALAL PADA BREM SULING ISTIMEWA MADIUN
PERSPEKTIF KEPATUHAN SYARIAH**

TESIS

**Diajukan pada Pascasarjana IAIN Ponorogo sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Magister (S-2)
Program Studi Ekonomi Syariah**



Oleh:

HAYU AFIAN

NIM 501230009

**PROGRAM MAGISTER
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PONOROGO**

2025

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya, **Hayu Afian**, NIM 501230009, Program Magister Prodi **Ekonomi Syariah** menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis dengan judul: *"Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Tanpa Label Halal Pada Brem Suling Istimewa Madiun Perspektif Kepatuhan Syariah"* ini merupakan hasil karya mandiri yang diusahakan dari kerja-kerja ilmiah saya sendiri kecuali beberapa kutipan dan ringkasan yang saya rujuk di mana tiap-tiap satuan dan catatannya telah saya nyatakan dan jelaskan sumber rujukannya. Apabila di kemudian hari ditemukan bukti lain tentang adanya plagiasi, saya bersedia mempertanggungjawabkannya secara akademik dan secara hukum.

Ponorogo, 12 April 2025

Pembuat Pernyataan,



Hayu Afian

NIM 501230009



PERSETUJUAN PEMBIMBING

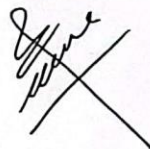
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melalui pengkajian dan telaah mendalam dalam proses bimbingan intensif terhadap tesis yang ditulis oleh Hayu Afian, NIM 501230009 dengan judul : *“Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Tanpa Label Halal Pada Brem Suling Istimewa Madiun Perspektif Kepatuhan Syariah”*, maka tesis ini sudah dipandang layak diajukan dalam agenda ujian tesis pada siding Majelis *Munâqashah* Tesis.

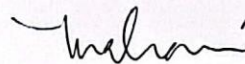
Ponorogo, 12 April 2025

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Hj. Ely Masykuroh, M.S.I.
NIP 197202111999032003



Dr. Shinta Maharani, S.E, M.Ak
NIP 197905252003122002





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
PASCASARJANA**

Terakreditasi Unggul Sesuai SK BAN-PT Nomor: 1975/SK/BAN-PT/Ak/PT/X/2024

Alamat: Jln. Pramuka 156 Ponorogo 63471 Telp. (0352) 481277
Fax. (0352) 461893

Website: www.pasca.iainponorogo.ac.id Email: pascasarjana@iainponorogo.ac.id

KEPUTUSAN DEWAN PENGUJI

Tesis yang ditulis oleh Hayu Afian, NIM 501230009, Program Magister Prodi Ekonomi Syariah dengan judul: *"Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Tanpa Label Halal Pada Brem Suling Istimewa Madiun perspektif Kepatuhan Syariah"*, telah dilakukan ujian tesis dalam sidang Majelis *Munāqashah* Tesis Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada Hari Selasa, tanggal 24 April 2025 dan dinyatakan **LULUS**.

Dewan Penguji:

No	Nama Penguji	Tandatangan	Tanggal
1	Nur Kolis, Ph.D NIP 197106231998031002 Ketua Sidang		15/05 2025
2	Dr. Amin Wahyudi, S.Ag., M.Ed. NIP 197502072009011007 Penguji Utama		2/05 2025
3	Dr. Ely Masykuroh, S.E., M.S.I. NIP 197202111999032003 Penguji Dua		6/05 2025
4	Dr. Shinta Maharani, M.Ak. NIP 1979052522003122002 Sekretaris		9/05 2025

Ponorogo, 16 Mei 2025

Direktur Pascasarjana,



Prof. Dr. H. Agus Purnomo, M.Ag.

NIP. 197308011998031001

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Hayu Afian

NIM : 501230009

Fakultas : Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Ponorogo

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi/Tesis : Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk
Tanpa Label Halal Pada Brem Suling Istimewa Madiun
Perspektif Kepatuhan Syariah

Menyatakan bahwa naskah skripsi/tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 16 Mei 2025

Penulis,



Hayu Afian

NIM 501230009

iain
PONOROGO

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Bismi Allâh al-Raḥmân al-Raḥîm

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat dan karunia-Nya yang dilimpahkan kepada Penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan tesis yang berjudul: **"Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Tanpa Label Halal Pada Brem Suling Istimewa Madiun Perspektif Kepatuhan Syariah"** ini yang membahas isu kajian tentang ketidakkonsistenan implementasi regulasi sertifikasi halal pada industri brem Madiun.

Tesis ini ditulis dalam rangka memperoleh gelar Magister Ekonomi Syariah (M.E.) pada Program Magister Prodi Ekonomi Syariah Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Eyanguti Sukatiningsih, kedua orang tua Didik Sugianto & Siti Surawati, Keluarga besar Roesdan beserta teman seperjuangan atas semangat dan pengertian mereka. Terima kasih juga disampaikan kepada para pembimbing tesis, yaitu Ibu Dr. Hj. Ely Masykuroh, M.S.I. dan Ibu Dr. Shinta Maharani, S.E, M.Ak. yang telah mengarahkan dan mengingatkan kelalaian Penulis selama penyusunan tesis sejak dari awal hingga selesai.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Rektor IAIN Ponorogo Prof. Dr. Hj. Evi Muafiah, M.Ag, Direktur Pascasarjana Prof. Dr. H. Agus Purnomo, M.Ag., dan Wakil Direktur Dr. Sugiyar, M.Pd.I. Kaprodi Magister Ekonomi Syariah, Ibu Dr. Hj. Ely Masykuroh, M.S.I. beserta jajarannya yang telah memberikan fasilitas dan layanan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian studi. Tak lupa pula, Penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi IAIN Ponorogo dan perpustakaan, termasuk rekan-rekan sejawat yang menaruh perhatian dan bantuan kepada Penulis sehingga selesainya tesis ini.

Akhirnya, Penulis berharap semoga karya ilmiah ini bisa memberikan sumbangsih bagi para pembaca dan pemerhati, menjadi amal jariyah Penulis yang

dinilai saleh di sisi Allah Swt., dan setiap kritik atas kekurangan tesis ini diharapkan muncul pada penelitian serupa yang memperdalam dan mengembangkan wacana demi kajian lanjutan yang lebih bermakna bagi umat, masyarakat, dan bangsa, amin.

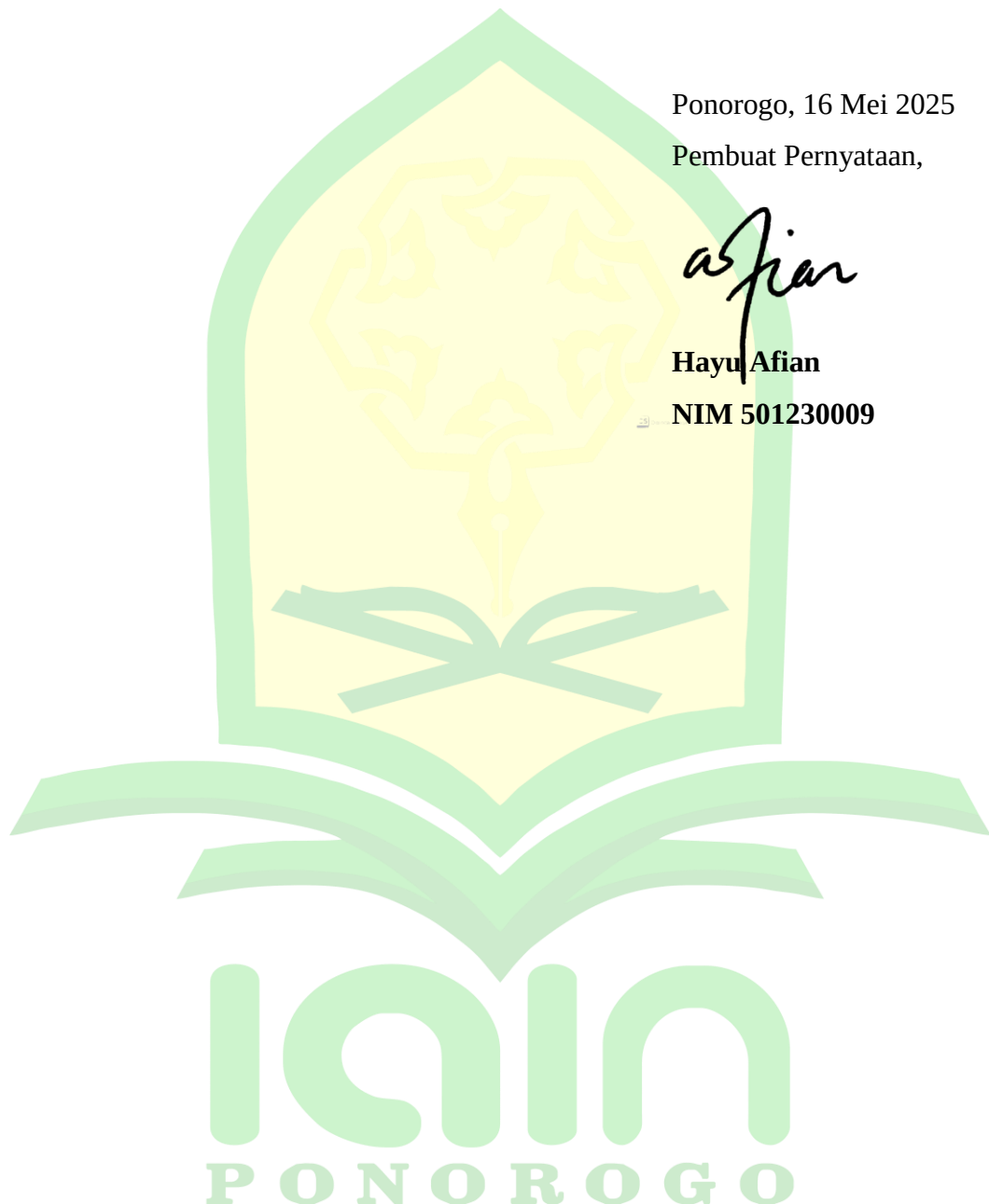
Ponorogo, 16 Mei 2025

Pembuat Pernyataan,



Hayu Afian

NIM 501230009



**CONSUMER TRUST IN PRODUCTS WITHOUT HALAL LABELS IN
MADIUN BREM SULING ISTIMEWA FROM SHARIAH
COMPLIANCE PERSPECTIVE**

ABSTRACT

Indonesia as a country with a Muslim majority (87.2%) makes halal certification an important instrument in ensuring product compliance with sharia principles. Madiun Regency with 99.01% Muslim population, typical brem products such as Brem Suling Istimewa still do not have halal certification, even though it has become a local icon and is in demand by consumers, including during holidays. This phenomenon is interesting to study why consumers still trust products without halal labels, even though sharia compliance is a priority in Muslim consumption.

This study uses a descriptive qualitative approach to analyze consumer trust in products without halal labels from a sharia compliance perspective. Data were collected through in-depth interviews with producers and consumers, observation of the production process, and document analysis.

The objectives are: (1) to describe the level of consumer trust in Brem Suling Istimewa Madiun products that do not have halal certification, (2) to analyze consumer trust in products without halal certification from a sharia compliance perspective, and (3) to identify strategies carried out by Brem Suling Istimewa Madiun producers in their efforts to participate in the halal certification program. The findings show that consumer trust is formed through three main factors: (1) consistent product quality, (2) reputation and long-term relationships with retailers, and (3) confidence in the traditional production process. However, the absence of halal certification raises doubts (syubhat) for consumers who are more strict in their sharia compliance, especially regarding the alcohol content of the fermentation results (3.9% in tape water and 0.2% in solid brem). Producers have committed to applying for halal certification, despite cost constraints, and have begun implementing strategies such as routine alcohol testing, preparation of cleanliness SOPs, and collaboration with halal raw material suppliers. This study highlights the need for halal certification to strengthen Muslim consumer trust and ensure sharia compliance. Recommendations include mentoring MSME producers in the certification process and educating consumers about the importance of the halal label. This study contributes to the sharia economic literature by integrating the perspectives of consumer trust and sharia compliance in the context of traditional local products.

Keywords: Consumer trust, sharia compliance, Halal certification, Madiun Brem.

**KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK
TANPA LABEL HALAL PADA BREM SULING ISTIMEWA MADIUN
PERSPEKTIF KEPATUHAN SYARIAH**

ABSTRAK

Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim (87,2%) menjadikan sertifikasi halal sebagai instrumen penting dalam menjamin kepatuhan produk terhadap prinsip syariah. Kabupaten Madiun dengan 99,01% penduduk Muslim produk khas brem seperti Brem Suling Istimewa masih belum memiliki sertifikasi halal, meskipun telah menjadi ikon lokal dan diminati konsumen, termasuk saat momen liburan. Fenomena ini menarik untuk diteliti mengapa konsumen tetap mempercayai produk tanpa label halal, meskipun kepatuhan syariah menjadi prioritas dalam konsumsi Muslim.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis kepercayaan konsumen terhadap produk tanpa label halal dari perspektif kepatuhan syariah. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan produsen dan konsumen, observasi proses produksi, serta analisis dokumen.

Tujuannya adalah: (1) mendeskripsikan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk Brem Suling Istimewa Madiun yang tidak memiliki sertifikasi halal, (2) menganalisis kepercayaan konsumen terhadap produk tanpa sertifikasi halal dalam perspektif kepatuhan syariah., dan (3) mengidentifikasi strategi yang dilakukan oleh produsen Brem Suling Istimewa Madiun dalam upaya mengikuti program sertifikasi halal.

Temuan menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terbentuk melalui tiga faktor utama: (1) kualitas produk yang konsisten, (2) reputasi dan hubungan jangka panjang dengan pengecer, dan (3) keyakinan terhadap proses produksi tradisional. Meski demikian, ketiadaan sertifikasi halal menimbulkan keraguan (syubhat) bagi konsumen yang lebih ketat dalam kepatuhan syariah, terutama terkait kandungan alkohol hasil fermentasi (3,9% pada air tape dan 0,2% pada brem padat). Produsen telah berkomitmen untuk mengajukan sertifikasi halal, meski terkendala biaya, dan mulai menerapkan strategi seperti uji alkohol rutin, penyusunan SOP kebersihan, serta kolaborasi dengan pemasok bahan baku halal. Penelitian ini menyoroti perlunya sertifikasi halal untuk memperkuat kepercayaan konsumen Muslim dan memastikan kepatuhan syariah. Rekomendasi mencakup pendampingan produsen UMKM dalam proses sertifikasi serta edukasi konsumen tentang pentingnya label halal. Studi ini berkontribusi pada literatur ekonomi syariah dengan mengintegrasikan perspektif kepercayaan konsumen perspektif kepatuhan syariah dalam konteks produk lokal tradisional.

Kata Kunci: Kepercayaan konsumen, kepatuhan syariah, Sertifikasi halal, Brem Madiun.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
KEPUTUSAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	2
A. Konteks Penelitian	2
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Terdahulu.....	8
F. Sistematika Penulisan	16
BAB II TEORI KEPERCAYAAN KONSUMEN, KEPATUHAN SYARIAH, PROGRAM SERTIFIKASI HALAL.....	19
A. Kepercayaan Konsumen.....	19
B. Kepatuhan Syariah	27
C. Label Halal	36
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Metode dan pendekatan	42
B. Data dan sumber data.....	43
1. Sumber Primer	43
2. Sumber Sekunder	44
C. Teknik Penentuan Informan.....	44
D. Teknik pengumpulan data.....	45
E. Analisis data.....	46
F. Teknik pengecekan data.....	48
G. Interpretasi data	50

BAB IV KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK BREM TANPA LABEL HALAL PADA BREM SULING ISTIMEWA MADIUN..	52
A. Gambaran Umum Produsen Brem di Kabupaten Madiun	52
B. Paparan Data/Temuan Data Lapangan.....	60
C. Analisis Data	63
BAB V PERSPEKTIF KEPATUHAN SYARIAH DALAM MENILAI TINGKAT KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP BREM SULING ISTIMEWA MADIUN TANPA SERTIFIKASI HALAL.....	72
A. Paparan Data/Temuan Data Lapangan.....	72
B. Analisis Data	78
BAB VI STRATEGI YANG DILAKUKAN BREM SULING ISTIMEWA DALAM MENGIKUTI PROGRAM SERTIFIKASI HALAL	83
A. Paparan Data/Temuan Data Lapangan.....	83
B. Analisis Data	93
BAB VII PENUTUP.....	102
A. Kesimpulan	102
C. Saran.....	103
DAFTAR KEPUSTAKAAN	105
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	111
Lampiran 1. Surat Izin Penelitian	111
Lampiran 2. Dokumentasi.....	112
Lampiran 3. Tabel.....	113
Lampiran 4. Daftar Gambar.....	113
Lampiran 5. Transkrip Wawancara.....	113



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi ialah pemindahan tulisan dari teks Arab ke tulisan latin dengan mengacu pada standar *International Arabic Romanization*. Transliterasi tesis ini, baik pada keseluruhan kata, kalimat, dan ungkapan wajib mengacu dan memedomani standar tersebut secara baku dan konsisten demi menjadi tradisi akademik. Setiap kata, kalimat, dan ungkapan yang ditransliterasikan mesti ditulis miring (*italic*). Teks Arab untuk nama orang, tempat, atau lainnya tetap dilakukan transliterasi tanpa ditulis miring ketika belum menjadi tren atau belum terserap ke dalam kamus bahasa Indonesia

A. Penyesuaian Perubahan Huruf

Huruf Arab	Huruf Latin	Contoh	Transliterasi
ء	'	سأل	<i>sa'ala</i>
ب	b	بدل	<i>Badala</i>
ت	t	تمر	<i>Tamr</i>
ث	th	ثورة	<i>thawrah</i>
ج	j	جمال	<i>Jamâl</i>
ح	<u>h</u>	حديث	<i><u>H</u>adîth</i>
خ	kh	خالد	<i>Khâlid</i>
د	d	ديوان	<i>Diwân</i>
ذ	dh	مذهب	<i>madhhab</i>
ر	r	رحمن	<i>Rahman</i>
ز	z	زمزم	<i>Zamzam</i>
س	s	سلام	<i>Salâm</i>
ش	sh	شمس	<i>Shams</i>
ص	<u>s</u>	صبر	<i><u>S</u>abr</i>
ض	<u>d</u>	ضمير	<i><u>d</u>amir</i>
ط	<u>t</u>	طاهر	<i><u>T</u>âhir</i>
ظ	<u>z</u>	ظهر	<i><u>z</u>uhr</i>

Huruf Arab	Huruf Latin	Contoh	Transliterasi
ع	.	عبد	<i>'abd</i>
غ	gh	غيب	<i>ghayb</i>
ف	f	فقه	<i>fiqh</i>
ق	q	قاضي	<i>qâdi</i>
ك	k	كأس	<i>ka's</i>
ل	l	لين	<i>laban</i>
م	m	مزمар	<i>mizmâr</i>
ن	n	نوم	<i>Nawm</i>
هـ	h	هبط	<i>habata</i>
و	w	وصل	<i>wasala</i>
ي	y	يسار	<i>Yasâr</i>

B. Vokal Pendek

Huruf Arab	Huruf Latin	Contoh	Transliterasi
اَ	a	فعل	<i>fa'ala</i>
اِ	i	حسب	<i>hasiba</i>
اُ	u	كتب	<i>Kutiba</i>

C. Vokal Panjang

Huruf Arab	Huruf Latin	Contoh	Transliterasi
اِى , اُى	a	كاتب, قضى	<i>kâtib, qada</i>
يِ	i	كریم	<i>karim</i>
وِ	u	حروف	<i>Hurûf</i>

D. Diftong

Huruf Arab	Huruf Latin	Contoh	Transliterasi
اَوْ	aw	قول	<i>qawl</i>
اَي	ay	سيف	<i>sayf</i>
اَيَّ	iyy (<i>shiddah</i>)	غني	<i>ghaniyy</i>
اَوَّ	uww (<i>shiddah</i>)	عدو	<i>'aduww</i>
ي	i (<i>nisbah</i>)	الغزالي	<i>al-Ghazâli</i>

E. Pengecualian

Pengecualian ketentuan di atas berlaku pada:

1. Huruf Arab ء (*hamzah*) pada awal kata ditransliterasikan menjadi a, bukan 'a.
Contoh: أكبر, transliterasinya: *akbar*, bukan *'akbar*.
2. Huruf Arab (ta' marbûtah) pada kata tanpa (*al*) yang bersambung dengan perkataan lain ditransliterasikan menjadi 't'. Contoh: وزارة التعليم, transliterasinya: *Wizarat al-Ta'lim*, bukan *Wizarah al-Ta'lim*. Namun, jika ada kata yang menggunakan (*al*) pada perkataan tunggal atau perkataan terakhir, *ta' marbutah* ditransliterasikan pada 'h', contoh:

- a. المكتبة المنيرية *al-Maktabah al-Muniriyyah*
- b. قلعة *qal'ah*
- c. دار وهدية *Dar Wahbah*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduknya beragama Islam sekitar 87,2% dengan jumlah 229,62 Juta jiwa¹ dari total penduduk sebanyak 269,6 juta jiwa.² Sertifikasi halal menjadi instrumen penting dalam menjamin bahwa suatu produk memenuhi prinsip-prinsip syariat Islam, baik dari sisi bahan baku, proses produksi, hingga distribusi. Dalam konteks ini, label halal tidak hanya menjadi jaminan keagamaan, tetapi juga elemen strategis dalam membangun kepercayaan konsumen, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan daya saing produk.

Sertifikasi halal merupakan bentuk legitimasi bahwa suatu produk telah melewati serangkaian proses pemeriksaan oleh lembaga berwenang dan terbukti bebas dari unsur haram serta diproduksi sesuai dengan prinsip Islam. Label halal berfungsi sebagai alat komunikasi antara produsen dan konsumen, terutama dalam membangun kepercayaan konsumen Muslim, yang umumnya menjadikan kehalalan sebagai dasar utama dalam pengambilan keputusan konsumsi. Kepercayaan ini tumbuh bukan hanya dari aspek kualitas produk, tetapi juga dari keyakinan bahwa produk tersebut aman secara spiritual, etis, dan legal. Dalam praktiknya, masih ditemukan produk makanan yang belum mencantumkan label halal pada kemasan.

Kabupaten Madiun sebagai salah satu wilayah di Jawa Timur memiliki penduduk yang mayoritas beragama Islam berkisar 99,01% dengan jumlah 741,684

¹ Matsuki, 'Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia', *Kementerian Agama Republik Indonesia*, 2020, Accessed Aug 3 2024 <<https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt>>.

² 'Proyeksi Penduduk Indonesia 2020-2050', 2023, Accessed Aug 3 2024, <<https://www.bps.go.id/publication/2023/05/16/fad83131cd3bb9be3bb2a657/proyeksi-penduduk-indonesia-2020-2050-hasil-sensus-penduduk-2020.html>>.

jiwa dari total penduduk sebanyak 749,057 jiwa.³ Daerah ini terkenal dengan produk khasnya, yaitu brem, makanan fermentasi ketan yang telah menjadi ikon oleh-oleh lokal.⁴ Produk ini terbuat dari ketan yang difermentasi, sehingga memiliki cita rasa yang khas dan sering dijadikan sebagai oleh-oleh bagi para wisatawan⁵ dan dikenal luas di berbagai wilayah Indonesia. Seiring berjalannya waktu, Brem Madiun tidak hanya dikenal di daerah asalnya, tetapi telah menyebar ke berbagai daerah melalui berbagai saluran distribusi, baik secara langsung di toko oleh-oleh maupun melalui platform *e-commerce* seperti Shopee, Lazada, dan Blibli.

Salah satu produsen brem yang memproduksi Brem di Kabupaten Madiun adalah Brem Suling Istimewa yang dimiliki oleh Bapak Suwadji. Usaha ini telah berkembang pesat dan memiliki permintaan yang signifikan, baik dari konsumen lokal maupun luar kota, terutama pada periode liburan seperti libur Lebaran dan libur sekolah. Meski usaha brem milik bapak suwadji ini sudah lama berdiri, usaha ini belum mencantumkan sertifikasi halal pada produknya. Meski belum mencantumkan label halal resmi dari MUI, produk ini tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumen, bahkan dari kalangan Muslim. Hal ini menimbulkan fenomena menarik mengapa konsumen tetap mempercayai dan mengonsumsi produk yang belum bersertifikat halal.

Kondisi ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai faktor-faktor yang membentuk kepercayaan konsumen terhadap produk tanpa label halal. Dalam perspektif kepatuhan syariah, konsumsi yang sesuai dengan syariat merupakan kewajiban bagi umat islam. Oleh karena itu, ketidakhadiran label halal dapat menimbulkan kekhawatiran dan dilema etis bagi sebagian konsumen Muslim. Di sisi lain, realitas di lapangan menunjukkan bahwa persepsi kualitas, kebiasaan

³Badan Pusat Statistik Kabupaten Madiun', 2021, Accessed Aug 3 2024, <<https://Madiunkab.Bps.Go.Id/Id/Statistics-Table/1/Mja5ncmx/Jumlah-Penduduk-Menurut-Kecamatan-Dan-Agama-Yang-Dianut-Di-Kabupaten-Madiun-2019.Html>>.

⁴ Dian Citaningtyas Ari Kadi And Others, 'Inovasi Strategi Pemasaran Sentra Industri Brem Madiun Dalam Menghadapi Persaingan Di Masa Pandemi Covid 19', *Indonesia Berdaya*, 2.2 (2021), 87–95.

⁵ 'Brem, Wadah Baru Pelaku Ekonomi Kreatif Kabupaten Madiun', *Pemerintah Kabupaten Madiun*, 2024.

konsumsi, dan loyalitas terhadap produsen lokal turut memengaruhi keputusan pembelian, meskipun aspek kehalalan belum tersertifikasi secara formal.

Dari perspektif kepatuhan syariah, konsumsi makanan dan minuman oleh seorang Muslim seharusnya didasarkan pada prinsip *halalan thayyiban*, yakni halal dan baik.⁶ Kejelasan status kehalalan suatu produk menjadi bagian penting dari ketaatan individu terhadap ajaran agama. Oleh karena itu, dalam konteks ini, tingkat kepercayaan konsumen terhadap Brem Suling Istimewa tanpa label halal perlu dianalisis lebih lanjut: apakah hal ini menunjukkan adanya kelonggaran persepsi konsumen terhadap syariat? Atau justru mencerminkan adanya celah informasi, kebiasaan konsumsi lokal, atau loyalitas terhadap produk tradisional yang lebih kuat daripada kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal.

Kepercayaan konsumen terhadap Brem Suling Istimewa tanpa label halal perlu dianalisis lebih mendalam, terutama dalam konteks kepatuhan syariah.⁷ Apakah faktor-faktor seperti pengalaman konsumsi sebelumnya, loyalitas terhadap merek lokal, atau kepercayaan terhadap kualitas produk lebih dominan dalam membentuk keputusan konsumen untuk tetap mengonsumsi produk tersebut, meskipun tidak ada jaminan halal yang jelas ataukah memang ada kelonggaran dalam penilaian kehalalan yang lebih bersifat personal, yang tidak sepenuhnya bergantung pada label halal resmi. Kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal di kalangan sebagian konsumen Muslim mungkin belum optimal. Beberapa konsumen mungkin merasa cukup dengan keyakinan bahwa produk-produk tertentu yang diproduksi oleh produsen lokal yang sudah dikenal memiliki kualitas dan kebersihan yang terjaga, meskipun tidak ada jaminan formal berupa sertifikat halal.

Jika dari sudut lain konsumen yang lebih memperhatikan kepatuhan syariah, ketidakjelasan status halal ini bisa menimbulkan keraguan dan mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk. Terdapat faktor-faktor

⁶ Monzer Kahf, *Islamic Economics: A Short History of an Idea* (Boston, 2006).

⁷ Muhammad Syahrani, 'Membangun Kepercayaan Data Dalam Penelitian Kualitatif', *Primary Education Journal (Pej)*, 4.2 (2020), 19–23 <<https://doi.org/10.30631/pej.v4i2.72>>.

yang lebih luas yang mempengaruhi kepatuhan syariah dalam pengambilan keputusan oleh konsumen, seperti tingkat pengetahuan agama, pengaruh sosial budaya, serta kebiasaan konsumsi lokal yang mungkin lebih kuat daripada faktor hukum formal. Dalam hal ini, peran kepercayaan sangat besar, dan peran kepatuhan syariah menjadi salah satu elemen yang berinteraksi dengan faktor-faktor lain tersebut.

Dari sudut pandang produsen, terdapat upaya untuk mengatasi masalah ini melalui proses pengajuan sertifikasi halal. Produsen Brem Suling Istimewa diketahui telah mengajukan permohonan sertifikat halal, meskipun terkendala oleh faktor biaya yang tinggi. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran bahwa sertifikasi halal dapat memperkuat kepatuhan syariah dan membantu meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya konsumen Muslim yang lebih mengutamakan kehalalan dalam setiap aspek kehidupannya, termasuk konsumsi. Mengacu pada wawancara dengan pemilik Brem Suling Istimewa, diketahui bahwa meskipun sertifikat halal belum diperoleh, usaha ini telah mengajukan permohonan untuk mendapatkan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-PIRT) dari Dinas Kesehatan Kabupaten Madiun.⁸ Proses pengajuan sertifikasi halal sempat tertunda karena kendala finansial, mengingat biaya yang cukup tinggi untuk mendapatkan sertifikat halal dari MUI. Namun, dengan adanya kebijakan keringanan biaya yang baru-baru ini diterapkan, pihak produsen sudah mulai mengurus proses sertifikasi halal untuk produk Brem mereka. Keputusan untuk mulai mengurus sertifikat halal ini menunjukkan adanya kesadaran dari produsen bahwa sertifikasi halal dapat berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya konsumen Muslim yang menjadi pasar utama produk ini. Upaya ini menunjukkan adanya kesadaran produsen terhadap pentingnya kepatuhan terhadap syariah dan peningkatan kredibilitas produk di mata konsumen.

Salah satu penelitian yang relevan dengan topik ini dilakukan oleh Abdul Rojak, Halimah Auliya Rahayu, Kalyca Najami Hafidlatul Hurma, Rd. Amar

⁸ 'Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (Spp-Pirt)' <<https://dinkes.slemankab.go.id/pirt-terbit/>> [Accessed 5 February 2025].

Muslih, dan Depit Ismail⁹ dalam penelitiannya yang berjudul “Memahami Konsep Fikih Entitas Syariah Terkait Produk Halal”. Penelitian ini menganalisis dampak sosial dan ekonomi dengan mengadopsi fikih entitas syariah dalam industri ini. Pemahaman mendalam terhadap fikih entitas syariah diharapkan dapat memberikan kerangka kerja bagi pelaku industri untuk memenuhi tuntutan konsumen terhadap kepatuhan syariah dalam pemilihan dan produksi produk sehari-hari. Dalam penelitian tersebut, dijelaskan bahwa penerapan prinsip fikih dalam dunia industri sangat penting, karena memberikan dasar hukum bagi produsen untuk memastikan bahwa produk mereka tidak hanya memenuhi standar legal, tetapi juga memenuhi prinsip moral dan etika Islam yang berlaku.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kepatuhan syariah dalam konteks industri makanan dan minuman dapat mengarah pada peningkatan kepercayaan konsumen, serta memperkuat posisi pasar bagi produk-produk yang memperhatikan aspek kehalalan dan kepatuhan terhadap syariat. Hal ini relevan dengan fenomena Brem Suling Istimewa, di mana konsumen yang memprioritaskan kepatuhan syariah dalam konsumsi mereka mungkin akan lebih mempercayai produk yang memiliki sertifikasi halal yang jelas daripada produk yang tidak memilikinya, meskipun kualitas produk tersebut sudah terbukti. Mengingat pentingnya peran sertifikasi halal dalam menjamin kualitas perspektif kepatuhan syariah suatu produk, serta untuk memahami bagaimana konsumen tetap menaruh kepercayaan pada produk tanpa label halal, maka penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam mengenai kepercayaan konsumen terhadap produk tanpa label halal pada Brem Suling Istimewa di Madiun dari perspektif kepatuhan syariah, serta mengidentifikasi strategi yang telah atau akan dilakukan produsen dalam mengikuti program sertifikasi halal.

Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan ilmu ekonomi Islam, sekaligus memberikan

⁹ Abdul Rojak And Others, ‘Memahami Konsep Fikih Entitas Syariah Terkait Produk Halal’, *Gunung Djati Conference Serie*, 42 (2024), 25–30.

rekomendasi praktis bagi pelaku usaha dan pemangku kepentingan dalam meningkatkan kepatuhan terhadap regulasi halal dan membangun kepercayaan konsumen Muslim secara berkelanjutan. Atas fenomena diatas penenliti mengambil topik penelitian dengan judul **“Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Tanpa Label Halal Pada Brem Suling Istimewa Madiun Perspektif kepatuhan syariah”**.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana kepercayaan konsumen terhadap produk brem tanpa label halal pada brem suling istimewa Madiun?
2. Bagaimana perspektif kepatuhan syariah dalam menilai tingkat kepercayaan konsumen terhadap brem suling istimewa madiun tanpa sertifikasi halal?
3. Bagaimana strategi yang dilakukan brem suling istimewa dalam mengikuti program sertifikasi halal?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini tentunya adalah untuk menjawab pertanyaan sebagaimana dalam fokus penelitian, sehingga nantinya tujuan diadakannya penelitian ini akan diketahui secara jelas dan terperinci. Adapun tujuan tersebut adalah:

1. Untuk mendeskripsikan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk Brem Suling Istimewa Madiun yang tidak memiliki sertifikasi halal.
2. Untuk menganalisis kepercayaan konsumen terhadap produk tanpa sertifikasi halal dalam perspektif kepatuhan syariah.
3. Untuk mengidentifikasi strategi yang dilakukan oleh produsen Brem Suling Istimewa Madiun dalam upaya mengikuti program sertifikasi halal.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Dari sisi teoritis, penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk memperluas khazanah keilmuan bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca secara umum. Selain itu juga diharapkan bisa dijadikan referensi bagi peneliti lainnya yang memiliki topik atau teori serupa.
2. Dari segi praktis
 - a. Memberikan gambaran kepada produsen lokal, khususnya produsen Brem Suling Istimewa Madiun, mengenai pentingnya sertifikasi halal dalam membangun kepercayaan konsumen Muslim dan langkah strategis yang dapat diambil untuk meningkatkan kepatuhan terhadap syariah.
 - b. Memberikan informasi kepada masyarakat Muslim agar lebih kritis dan sadar dalam memilih produk konsumsi, terutama terkait kehalalan produk.
 - c. Menjadi referensi bagi lembaga sertifikasi halal dan pemerintah dalam menyusun pendekatan edukatif dan regulatif bagi pelaku UMKM yang belum tersertifikasi halal.

E. Kajian Terdahulu

Penulis mengkaji penelitian sebelumnya sebagai referensi pendukung dalam penelitian. Langkah ini bertujuan untuk mencegah plagiarisme terhadap karya orang lain. Melalui kajian tersebut, penulis dapat memahami kesamaan dan perbedaan antara penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian terdahulu. Beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki kesamaan tema dengan topik sertifikasi halal yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Terdahulu di Lokus yang sama

Penelitian terdahulu di lokus yang sama dengan penelitian ini telah dilakukan oleh Maulidina Dwi Choirun Nisaa¹⁰ dengan judul Implementasi Fatwa MUI No.4 Tahun 2003 Tentang “Standardisasi Fatwa Halal Terhadap Pembuatan Produk Olahan Brem Di Madiun (Studi Kasus Di Industri Rumah Tangga Brem Suling Istimewa)”. Hasilnya Proses pembuatan brem di Industri Rumah Tangga Brem Suling Istimewa telah sesuai dengan ketentuan Fatwa MUI No.4 Tahun 2003, menggunakan bahan yang halal dan alat yang bebas dari kontaminasi haram. Standar kehalalan produk olahan brem juga sesuai dengan fatwa, dengan kadar alkohol dalam brem padat yang menyusut menjadi 0,2%, sehingga tidak memabukkan dan memenuhi syarat kehalalan. Penelitian ini berfokus pada kepercayaan konsumen terhadap kehalalan Brem Suling Istimewa Madiun tanpa label halal, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mengkaji kesesuaian proses produksi dengan Fatwa MUI No.4 Tahun 2003.

2. Penelitian Terdahulu tentang kepercayaan konsumen

Pertama, penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Salman Al Farisi dengan judul "Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Produk Makanan Halal Di Dusun Mlangi Yogyakarta". Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Dusun Mlangi Yogyakarta lebih banyak mendapatkan informasi mengenai produk makanan halal melalui label halal pada kemasan makanan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Dusun Mlangi Yogyakarta lebih banyak mendapatkan informasi mengenai produk makanan halal melalui label halal pada kemasan makanan. Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap pembelian produk makanan halal di Dusun Mlangi Yogyakarta adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Faktor yang paling dominan mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap pembelian produk makanan halal di Dusun Mlangi Yogyakarta adalah faktor sosial. Penelitian ini mengkaji kepercayaan konsumen terhadap produk tanpa label halal pada Brem

¹⁰ Mdc Nisaa, *Implementasi Fatwa Mui No.4 Tahun 2003 Tentang Standardisasi Fatwa Halal Terhadap Pembuatan Produk Olahan Brem Di Madiun (Studi Kasus Di Industri Rumah Tangga Brem Suling Istimewa, Iain Ponorogo*, 2021, V.

Suling Istimewa Madiun, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menganalisis preferensi masyarakat terhadap produk halal berlabel di Dusun Mlangi Yogyakarta dengan fokus pada faktor sosial sebagai pengaruh dominan.

Kedua, penelitian ini dilakukan oleh Berliana Priya Zenita¹¹ dan Dwi Putri Restuti¹¹ dengan judul "Kepercayaan Konsumen terhadap Produk *Skincare* Melalui *Endorsement* dari *Influencer* Muslim". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *endorsment* dari *influencer* muslim terhadap purchasing confidence konsumen dalam membeli produk *skincare*. Hasil dari penelitian ini yakni semua narasumber setuju dengan pemilihan *influencer endorsment* seorang muslim karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Ulasan testimoni dari konsumen yang lain juga mempengaruhi keputusan pembelian terhadap *skincare*. Studi ini memberikan wawasan baru dan penting mengenai preferensi dan perilaku konsumen millennial ketika membeli *skincare*. Penelitian ini meneliti kepercayaan konsumen terhadap produk tanpa label halal pada Brem Suling Istimewa Madiun, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang fokus pada pengaruh endorsement *influencer* Muslim terhadap kepercayaan konsumen dalam pembelian produk *skincare*

3. Penelitian Terdahulu tentang kepatuhan syariah

Penelitian terdahulu tentang kepatuhan syariah juga telah dilakukan oleh beberapa penelitian sebagai berikut:

Pertama, penelitian dilakukan oleh Abdul Rojak, Halimah Auliya Rahayu, Kalyca Najami Hafidlatul Hurma, Rd. Amar Muslih, & Depit Ismail¹² dengan judul "Memahami Konsep Fikih Entitas Syariah Terkait Produk Halal". Penelitian ini menganalisis dampak sosial dan ekonomi dengan mengadopsi fikih entitas syariah dalam industri ini. Pemahaman mendalam terhadap fikih entitas syariah diharapkan memberikan kerangka kerja bagi pelaku industri memenuhi tuntutan konsumen terhadap kepatuhan syariah dalam pemilihan dan produksi produk

¹¹ Berliana Priya Zenita And Putri Restuti, 'Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Skincare Melalui Endorsement Dari Influencer Muslim Purchasing Confidence In Skincare Products Through Endorsements From Muslim Influencers', *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 5.2 (2024), 143–60 <<https://doi.org/10.37366/ekomabis.V5i02.1407>>.

¹² Rojak And Others.

sehari-hari. Penelitian ini fokus pada kepercayaan konsumen terhadap produk tanpa label halal (Brem Suling Madiun), berbeda dengan penelitian sebelumnya yang membahas penerapan fikih entitas syariah dalam konteks industri halal secara teoritis

Kedua, penelitian dilakukan oleh Sudarmi, Nasrullah Bin Sapa, Cut Muthiadin, Agus Syam, Agus¹³ dengan judul “Kepatuhan Terhadap Prinsip Halal Dalam Industri Kosmetik: Implikasi Terhadap Preferensi Konsumen Muslim”. Studi ini mengeksplorasi implikasi kepatuhan terhadap prinsip halal terhadap preferensi konsumen Muslim, dengan fokus pada sertifikasi halal, transparansi dalam pemasaran, dan etika Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan kosmetik yang mematuhi prinsip halal dan menjalankan pemasaran yang berbasis pada integritas dan transparansi akan dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen Muslim, serta meraih kesuksesan yang berkelanjutan di pasar yang semakin berkembang ini. Implikasi praktis dari temuan ini menekankan pentingnya adaptasi perusahaan kosmetik terhadap tren konsumsi halal yang terus berkembang untuk memenangkan pangsa pasar Muslim global. Penelitian ini mengkaji kepercayaan konsumen terhadap produk makanan tradisional (Brem Suling Istimewa Madiun) tanpa label halal, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang fokus pada kepatuhan prinsip halal di industri kosmetik dan dampaknya terhadap preferensi konsumen Muslim.

Ketiga, penelitian dilakukan oleh As Syifa' Khoirun N, Bahrul Ulum, Arvi Noviansyah, Arwhilan Tiyani, Asti Elysia P, Ashfa Fikriyah dengan judul “Mengoptimalkan Kepatuhan Terhadap Prinsip-Prinsip Syariah dan Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Melalui Pendampingan”. Penelitian ini bertujuan untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam proses produksi dan distribusi produk. Hasilnya adalah melalui pendampingan ini, UMKM Pitik Poky berhasil memperbarui sertifikasi halal mereka, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip

¹³ A. Sudarmi, S., Sapa, N. B., Muthiadin, C. ., Syam, A., & Agus, 'Kepatuhan Terhadap Prinsip Halal Dalam Industri Kosmetik: Implikasi Terhadap Preferensi Konsumen Muslim', *Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4.2 (2025), 2300–2306.

syariah. Penelitian ini berbeda dengan penelitian ini karena fokusnya pada upaya pendampingan UMKM Pitik Poky dalam memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah dan meningkatkan kepercayaan konsumen melalui pembaruan sertifikasi halal.

Keempat, penelitian dilakukan oleh M. Reyhan Aldabena¹⁴ dengan judul “Penerapan kepatuhan syariah pada Jual-Beli *Dropshipping Fashion* di *Marketplace* Frozenshop.com”. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana penerapan kepatuhan syariah dalam jual beli *dropshipping fashion* di *Marketplace* Frozenshop.com dan bagaimana implikasi hukum terhadap skema jual beli *dropshipping fashion* di *Marketplace* Frozenshop.com secara online yang masih mengandung unsur *gharar*. Hasil penelitian ini adalah penerapan kepatuhan syariah dalam jual beli *dropshipping fashion* di *marketplace* Frozenshop.com tidak sesuai dengan kepatuhan syariah, di mana barang tidak dimiliki langsung oleh *dropshipper* ketika *dropshipper* menjual barangnya. Sedangkan Implikasi Hukum terhadap skema jual beli *dropshipping fashion* di *marketplace* Frozenshop.com secara online yang masih mengandung unsur *gharar* di mana skema jual beli *dropshipping* dengan barang yang belum mendapatkan izin dari Frozenshop.com yang bertindak sebagai *supplier* sertifikasi Sertifikasi halal Pada UMKM. Perbedaan penelitian kepercayaan konsumen terhadap produk makanan tanpa label halal (Brem Suling Istimewa Madiun) ini, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mengkaji ketidaksesuaian praktik *dropshipping fashion* di Frozenshop.com dengan prinsip syariah, khususnya terkait unsur *gharar* dan kepemilikan barang.

4. Penelitian Terdahulu tentang sertifikasi halal

Penelitian terdahulu tentang sertifikasi halal juga telah dilakukan oleh beberapa penelitian sebagai berikut:

¹⁴ : M. Reyhan Aldabena, ‘Penerapan Kepatuhan Syariah Pada Jual-Beli *Dropshipping Fashion* Di *Marketplace* Frozenshop . Com Oleh : Nama Mahasiswa Nim Bku : M . Reyhan Aldabena : Hukum Bisnis Program Studi Hukum Program Magister Fakultas Hukum’ (Universitas Islam Indonesia, 2022).

Pertama, penelitian dilakukan oleh Hartini dan Malahayatie¹⁵ dengan judul “Implikasi Sertifikat Halal Dalam Manajemen Bisnis Industri Makanan Dan Minuman”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implikasi sertifikasi halal dalam manajemen bisnis industri makanan dan minuman; Menyediakan informasi kepada pelaku bisnis tentang pentingnya sertifikasi halal dalam meningkatkan daya saing dan akses pasar global; mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam penerapan sertifikasi halal di Indonesia. Hasilnya Meskipun ada tantangan dalam penerapan sertifikasi halal, seperti kurangnya kesadaran dan kepatuhan pelaku bisnis, sertifikasi ini tetap penting untuk memenuhi tuntutan konsumen yang semakin peduli terhadap kehalalan produk. Perbedaan penelitian kepercayaan konsumen terhadap produk makanan tanpa label halal (Brem Suling Istimewa Madiun) ini, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang fokus pada analisis implikasi dan tantangan sertifikasi halal dalam manajemen bisnis industri makanan dan minuman secara umum.

Kedua, penelitian dilakukan oleh Aprilia Zhafirah¹⁶ dengan judul "Analisis Aspek Penentu Niat Konsumen dalam Membeli Produk *Bakery* Halal". Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari beberapa faktor, yaitu: Kepercayaan religius; Kesadaran halal; Norma subjektif; Sertifikasi halal; Pemasaran halal. Terhadap niat beli produk bakery halal pada masyarakat Muslim. Hasil menunjukkan bahwa kepercayaan religius dan kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap niat beli, orma subjektif, sertifikasi halal, dan pemasaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli. Perbedaan penelitian kepercayaan konsumen terhadap produk makanan tanpa label halal (Brem Suling Istimewa Madiun) ini, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menganalisis faktor-faktor penentu niat beli produk bakery halal seperti kepercayaan religius dan kesadaran halal.

¹⁵ Malahayatie Hartini, ‘Implikasi Sertifikat Halal Dalam Manejemen Bisnis Industri Makanan Dan Minuman’, *Great: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1.02 (2024), 39–54 <<https://doi.org/10.55799/tawazun.v1i02.322>>.

¹⁶ Aprilia Zhafirah, ‘Analisis Aspek Penentu Niat Konsumen Dalam Membeli Produk Bakery Halal’, 2022.

Ketiga, penelitian dilakukan oleh Zahro Ubaydilla dan Muhamad Said Fathurohman dengan judul *"Implementation of Halal Traceability Supply Chain with Supply Chain Operation Reference (SCOR) Model for Halal Food Industry"*. Perbedaan dari penelitian saya adalah penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana kepercayaan konsumen terhadap produk tanpa label halal dapat mempengaruhi keputusan pembelian, serta bagaimana kepatuhan syariah berperan dalam konteks tersebut. Penelitian sebelumnya lebih fokus pada efektivitas sistem traceability dalam menjamin kehalalan produk. Perbedaan penelitian kepercayaan konsumen terhadap produk makanan tanpa label halal (Brem Suling Istimewa Madiun) ini, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mengkaji implementasi sistem traceability halal dalam supply chain industri makanan menggunakan model SCOR.

Keempat, penelitian dilakukan oleh Annisa Rayyahun, Achmad Abubakar, Muhammad Galib¹⁷ dengan judul *"Rekonstruksi Paradigma Jual Beli Dalam Perspektif Al-Quran: Evaluasi Kritis Terhadap Sertifikasi Dan Labelisasi Produk Halal"*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat kesenjangan signifikan antara paradigma jual beli dalam Al-Quran dan implementasinya dalam sistem sertifikasi halal modern, terutama dalam aspek transparansi (*al-bayan*), akuntabilitas (*al-mas'uliyah*), dan keadilan (*al-'adalah*). Perbedaan penelitian kepercayaan konsumen terhadap produk makanan tanpa label halal (Brem Suling Istimewa Madiun) ini, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang melakukan evaluasi kritis terhadap kesenjangan antara konsep jual beli dalam Al-Quran dengan sistem sertifikasi halal modern.

Kelima, penelitian dilakukan oleh Devita Putri Oktavia, Ali Istiadi, Muhammad Arif Faiza¹⁸ dengan judul *"Kesadaran Pelaku Usaha Mikro Terkait Kewajiban Sertifikasi Halal pada Fenomena Minuman Es Teh Kekinian di*

¹⁷ Annisa Rayyahun, Achmad Abubakar, And Muhammad Galib, 'Rekonstruksi Paradigma Jual Beli Dalam Perspektif Al-Quran : Evaluasi Kritis Terhadap Sertifikasi Dan Labelisasi Produk Halal', *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam (Sebi)*, 7.1 (2025), 1–8.

¹⁸ Devita Putri Oktavia, Ali Istiadi, Muhammad Arif Faiza, 'Kesadaran Pelaku Usaha Mikro Terkait Kewajiban Sertifikasi Halal pada Fenomena Minuman Es Teh Kekinian di Kabupaten Kudus' SYARIAH: E-Proceeding of Islamic Law (2023)

Kabupaten Kudus”. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa pelaku usaha mikro tidak memiliki pengetahuan tentang aturan kewajiban sertifikasi halal untuk produk yang dipasarkan karena kurangnya sosialisasi dan edukasi tentang aturan tersebut. Sedangkan sebagian pelaku usaha telah tertarik untuk melaksanakan sertifikasi halal setelah teredukasi oleh peneliti. Perbedaan penelitian kepercayaan konsumen terhadap produk makanan tanpa label halal (Brem Suling Istimewa Madiun) ini, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang fokus pada tingkat kesadaran pelaku usaha mikro mengenai kewajiban sertifikasi halal untuk produk minuman kekinian di Kabupaten Kudus. Dengan perbedaan utama Fokus pada perilaku konsumen dengan kesadaran pelaku usaha, dengan objek produk makanan tradisional dengan minuman kekinian.

Keenam, penelitian dilakukan oleh Muhammad Ressa Assyarofi dan Fitri Wulandari¹⁹ dengan judul "Religiosity Mediation: Effects of Halal Labels and Halal Awareness on the Decision to Buy Halal Products in Non-Food Products". Penelitian ini menggunakan alat analisis SEM-SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas dan kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam membeli produk halal non makanan, termasuk pengaruh mediasi dari religiusitas terhadap kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk halal dengan hasil memediasi secara parsial. Perbedaan penelitian kepercayaan konsumen terhadap produk makanan tanpa label halal (Brem Suling Istimewa Madiun) ini, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menganalisis pengaruh label halal dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk non-makanan dengan religiusitas sebagai variabel mediasi.

Ketujuh, penelitian dilakukan oleh Sri Ernawati dan Iwan Koerniawan²⁰ dengan judul "Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk UMKM Di Kota Bima". Hasil penelitian bahwa

¹⁹ Muhammad Ressa Assyarofi, Fitri Wulandari, 'Religiosity Mediation: Effects of Halal Labels and Halal Awareness on the Decision to Buy Halal Products in Non-Food Products' Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(03) (2023)

²⁰ Sri Ernawati, Iwan Koerniawan, 'Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk UMKM Di Kota Bima' JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS, Vol.16, No.1 (2023)

label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk UMKM di Kota Bima dan kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian produk umkm di Kota Bima. Dalam penelitian ini yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM di Kota Bima untuk terus memperbaiki produk dengan mendapatkan sertifikat label halal sehingga minat pembelian yang dilakukan konsumen akan meningkat. Perbedaan penelitian kepercayaan konsumen terhadap produk makanan tanpa label halal (Brem Suling Istimewa Madiun) ini, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menganalisis pengaruh label halal dan kesadaran halal terhadap minat beli produk UMKM bersertifikasi di Kota Bima.

Kedelapan, penelitian dilakukan oleh Fitriani Rizki dan Ajeng Andriani Hapsari²¹ dengan judul "Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk di Java Bakery Adiwerna". Hasil penelitian menunjukkan terdapat beberapa factor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen muslim dan pengaruh antara persepsi label halal terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada Java Bakery Adiwerna dengan nilai $p \text{ value} < 0,05$. Perbedaan penelitian kepercayaan konsumen terhadap produk makanan tanpa label halal (Brem Suling Istimewa Madiun) ini, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menganalisis pengaruh persepsi label halal terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim pada produk bakery bersertifikasi.

F. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan. Bab ini berisi tentang Konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teoretik. Bab ini berisi tentang kajian teoretik yang sesuai dengan fokus penelitian tentang Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Tanpa Label Halal Pada Brem Suling Istimewa Madiun Perspektif kepatuhan syariah. Data yang akan dikaji menggunakan penelitian kualitatif

²¹ Fitriani Rizki, Ajeng Andriani Hapsari, 'Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk di Java Bakery Adiwerna', AL-KARIM: Journal of Islamic and Educational Research, Vol 1 Nomor 1 (2023)

Bab III Metode Penelitian. Bab ini berisikan metode penelitian yang meliputi : metode dan pendekatan, data dan sumber data, Teknik pengumpulan data, analisis data dan Teknik pengecekan data

Bab IV Paparan dan Analisis Rumusan Masalah Satu. Paparan dan Analisis Rumusan Masalah Satu. Bab ini memuat uraian yang memaparkan data dan temuan yang sudah didapatkan dari para informan dengan menggunakan metode yang telah diuraikan pada Bab III. Bab ini menguraikan tentang tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk brem yang tidak memiliki sertifikasi halal. Penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi persepsi konsumen, seperti reputasi produsen, pengalaman konsumen, dan informasi lain yang dapat membangun keyakinan terhadap produk tersebut meskipun tidak ada jaminan kehalalan yang tercantum pada kemasan. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk memengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas mereka, serta sejauh mana konsumen merasa nyaman dengan produk tersebut meskipun tidak ada sertifikasi halal.

Bab V Paparan dan Analisis Rumusan Masalah Dua. Paparan dan Analisis Rumusan Masalah Satu. Bab ini memuat uraian yang memaparkan data dan temuan yang sudah didapatkan dari para informan dengan menggunakan metode yang telah diuraikan pada Bab III. Bab ini menguraikan tentang perspektif kepatuhan syariah dalam menilai tingkat kepercayaan konsumen terhadap brem suling istimewa madiun tanpa sertifikasi halal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kepatuhan syariah menilai kepercayaan konsumen terhadap produk yang mereka beli.

Bab VI Paparan dan Analisis Rumusan Masalah Tiga. Paparan dan Analisis Rumusan Masalah Satu. Bab ini memuat uraian yang memaparkan data dan temuan yang sudah didapatkan dari para informan dengan menggunakan metode yang telah diuraikan pada Bab III. menguraikan tentang bagaimana strategi yang dilakukan brem suling istimewa dalam mengikuti program sertifikasi halal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh produsen brem suling istimewa mengikuti

program untuk mendapatkan sertifikasi halal. Melalui proses ini dapat dilihat sejauh mana proses yang sudah mereka terapkan dan persiapkan.

Bab VII Penutup. Bab ini berisikan kesimpulan yang terdiri dari jawaban atas rumusan masalah yang sudah diteliti dan saran.



BAB II

TEORI KEPERCAYAAN KONSUMEN, KEPATUHAN SYARIAH, PROGRAM SERTIFIKASI HALAL

A. Kepercayaan Konsumen

Untuk menjelaskan teori ini, terdapat beberapa hal yang perlu dijabarkan, yaitu:

1. Pengertian Kepercayaan Konsumen

Membangun kepercayaan konsumen sangat berpengaruh penting dalam dunia bisnis karena memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesuksesan jangka panjang suatu usaha, Kepercayaan konsumen dapat didefinisikan sebagai keyakinan bahwa suatu usaha atau pihak yang bertransaksi memiliki integritas dan mampu memenuhi kewajibannya dalam menyediakan produk atau layanan yang sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.²² Kepercayaan ini juga mencakup keyakinan bahwa perusahaan akan bertindak dengan cara yang jujur dan transparan selama seluruh proses transaksi, yang akhirnya menciptakan rasa aman bagi konsumen sehingga menciptakan citra atau pandangan yang baik di masyarakat.²³ Jika suatu usaha memiliki reputasi yang positif dan dikenal memiliki komitmen tinggi terhadap kepuasan konsumen, maka hal ini akan meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan.²⁴

Kepercayaan seringkali menjadi landasan yang mendalam bagi keputusan pembelian konsumen. Kepercayaan yang terbentuk pada konsumen tidak hanya berhubungan dengan kualitas produk atau layanan yang diterima, tetapi juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lain yang berperan dalam menciptakan kepuasan konsumen.²⁵ Salah satu faktor utama yang membangun kepercayaan adalah pelayanan yang diberikan.

²² Mirna Rafki, Idris Parakkasi, And Sirajuddin Sirajuddin, 'Peran Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kepercayaan Dan Repeat Order Konsumen', *Journal Of Islamic Economics And Finance Studies*, 3.2 (2022), 121 <<https://doi.org/10.47700/Jiefes.V3i2.4868>>.

²³ Iendy Zelvian Adhari, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Pasuruan: Cv. Penerbit Qiara Media, 2021). 7

²⁴ Ibid., 61

²⁵ Dhiraj Kelly Sawlani, *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021). 53.

Kepercayaan juga sangat erat kaitannya dengan pengalaman konsumen. Menurut Mowen dan Minor, kepercayaan konsumen terbentuk melalui serangkaian pengalaman yang memuaskan selama interaksi mereka dengan perusahaan.²⁶ Pengalaman yang konsisten dan positif dalam hal kualitas produk, pelayanan yang baik, serta pemenuhan janji dari perusahaan sangat memengaruhi pembentukan kepercayaan. Konsistensi perusahaan dalam mempertahankan kualitas dan memberikan pelayanan terbaik akan memperkuat persepsi positif yang ada pada konsumen. Sebaliknya, jika perusahaan gagal memenuhi harapan konsumen atau tidak konsisten dalam memberikan layanan, maka tingkat kepercayaan akan menurun drastis.²⁷ Kepercayaan ini kemudian berperan dalam membentuk keputusan pembelian, di mana konsumen yang sudah mempercayai perusahaan atau merek akan lebih cenderung melakukan pembelian ulang, bahkan merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain.

Kepercayaan yang terbentuk akan semakin memperkuat loyalitas konsumen, karena konsumen merasa aman dan nyaman untuk terus berhubungan dengan perusahaan yang sudah mereka percayai.²⁸ Hal ini menciptakan siklus yang menguntungkan bagi perusahaan, karena konsumen yang loyal tidak hanya akan kembali membeli produk yang sama, tetapi juga berpotensi menjadi pendukung bagi merek tersebut, memberikan rekomendasi kepada orang lain, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pangsa pasar dan daya saing usaha di pasar.²⁹

Dengan demikian, membangun dan menjaga kepercayaan konsumen tidak hanya menguntungkan dalam jangka pendek, tetapi juga memastikan keberlanjutan dan kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang.³⁰ Kepercayaan adalah aset yang sangat berharga, dan usahawan yang mampu membangunnya dengan konsisten

²⁶ M Mowen, J. C, Minor, *Perilaku Konsumen*, Edisi Keli (Jakarta: Erlangga, 2002).

²⁷ Ibid.,

²⁸ D. (Sumadi, Tho'in, M., Efendi, T., & Permatasari, 'Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughty Hijab Store)', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02) (2021), 1117–27.

²⁹ Bella Hartati Joko, Evrina, *Manajemen Marketing Dan Kepuasan Pelanggan: Hubungan Yang Kuat* (Padang: Takaza Innovatix Labs Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (Ikapi), 2024). 14

³⁰ Ibid., 14

akan mampu mempertahankan hubungan yang erat dengan konsumen, meningkatkan loyalitas, dan mencapai kepuasan konsumen yang lebih tinggi.³¹

2. Faktor yang membentuk kepercayaan

Menurut Mayer, Davis, & Schoorman, dalam konteks bisnis menjelaskan bahwa kepercayaan muncul dari tiga faktor yang membentuk kepercayaan yaitu :³²

a. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan meliputi keterampilan, kompetensi, dan karakteristik yang memungkinkan seseorang memiliki pengaruh dalam beberapa domain tertentu. Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik seseorang dalam mempengaruhi. Dengan kemampuan akan memunculkan keyakinan akan seberapa baik orang lain memperlihatkan performanya sehingga akan mendasari munculnya kepercayaan orang lain terhadap individu.

b. Kebaikan Hati (*Benevolence*)

Kebaikan hati adalah minat dan motivasi bertindak untuk kepentingan konsumen dari pemasok barang. Kebaikan hati adalah kesediaan penjual untuk menciptakan kepuasan yang saling menguntungkan antara penjual dan konsumen. Kemampuan meliputi keterampilan, kompetensi, dan karakteristik yang memungkinkan seseorang memiliki pengaruh dalam beberapa domain tertentu.³³ Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik seseorang dalam mempengaruhi. Dengan kemampuan akan memunculkan keyakinan akan seberapa baik orang lain memperlihatkan performanya sehingga akan mendasari munculnya kepercayaan orang lain terhadap individu. Kebaikan hati adalah persepsi orientasi positif trustee terhadap trustor tersebut.

c. Integritas (*Integrity*)

Integritas adalah kejujuran dan kemampuan. Jujur dan menepati janji dari pihak yang dipercaya (penjual). Kejujuran mengacu pada perilaku atau kebiasaan seorang

³¹ Mowen, J. C, Minor.

³² James H. Davis And F. David Schoorman Source Roger C. Mayer, 'An Integrative Model Of Organizational Trust Author', *Academy Of Management Review*, 30 (3) (1995), 709–34.

³³ Mugiono Nanang Suryadi, Ananto Basuki, Wahdiyat Moko, *Etika Bisnis* (Malang: Ub Press, 2021). 8-13.

penjual dalam menjalankan bisnis.³⁴ Kejujuran dapat dilihat dari segi keadilan, pemenuhan, loyalitas, keterusterangan dan keahlian.

Kurangnya salah satu dari ketiga faktor tersebut, dapat melemahkan kepercayaan. Jika kemampuan, kebaikan hati dan integritas semua dianggap tinggi, trustee akan dianggap cukup dapat dipercaya. Namun, kepercayaan harus dianggap sebagai sebuah kontinum bukan trustee yang baik dapat dipercaya atau tidak dapat dipercaya. Masing-masing dari ketiga faktor dapat bervariasi sepanjang kontinum.³⁵

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan

Secara umum, berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen berdasarkan teori-teori tersebut:

a. Kualitas Produk

Kualitas produk yang terjamin sangat memengaruhi kepercayaan konsumen. Konsumen cenderung lebih percaya pada produk yang sesuai dengan deskripsi dan harapan mereka, karena produk yang berkualitas memberikan pengalaman positif yang meningkatkan kepuasan dan loyalitas.³⁶ Ketika produk memenuhi atau melebihi ekspektasi, konsumen merasa bahwa mereka membuat keputusan pembelian yang tepat, yang pada gilirannya mengurangi keraguan dan memperkuat hubungan mereka dengan merek tersebut. Selain itu, produk yang terjamin kualitasnya akan mendapatkan ulasan positif, memperkuat reputasi merek, dan mendorong konsumen untuk kembali membeli di masa depan.³⁷ Oleh karena itu, memastikan kualitas produk sesuai dengan klaim yang diberikan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Pengalaman Sebelumnya: Pengalaman positif dengan suatu merek atau produk akan memperkuat tingkat kepercayaan konsumen.³⁸

b. Reputasi Merek

³⁴ Moh Nasuka, *Buku Monograf Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Pendekatan Etika Pemasaran Islam* (Jepara: Unisnu Press, 2021). 76

³⁵ Roger C. Mayer.

³⁶ Afif Maulana Ibrahim And Hapzi Ali, 'Determinan Keputusan Pembelian : Kualitas Website Dan Kualitas Produk', 2.3 (2024), 140–50.

³⁷ Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning & Strategy* (Surabaya: Qiara Media, 2023). 18

³⁸ Ibid.,

Merek dengan reputasi baik lebih mudah mendapatkan kepercayaan konsumen karena konsumen cenderung memilih produk atau layanan dari merek yang sudah terbukti kualitasnya dan dapat diandalkan.³⁹ Reputasi yang positif sering kali terbentuk melalui pengalaman pelanggan sebelumnya, ulasan baik, serta konsistensi dalam memberikan produk atau layanan yang memuaskan.⁴⁰ Merek yang memiliki reputasi baik memberikan rasa aman kepada konsumen, karena mereka merasa yakin bahwa produk atau layanan yang ditawarkan akan memenuhi harapan mereka. Selain itu, reputasi yang kuat juga menciptakan rasa loyalitas, di mana konsumen cenderung kembali membeli dan bahkan merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain. Sebaliknya, merek yang memiliki reputasi buruk akan kesulitan membangun kepercayaan dan dapat kehilangan pelanggan potensial.⁴¹

c. Komunikasi yang Jelas

Informasi yang jelas dan transparan dari perusahaan sangat penting untuk meningkatkan rasa percaya konsumen.⁴² Ketika perusahaan menyediakan detail yang lengkap tentang produk, harga, kebijakan pengembalian, serta proses pengiriman, konsumen merasa lebih yakin dan tidak ragu dalam mengambil keputusan pembelian. Transparansi ini juga membantu mengurangi kekhawatiran atau keraguan yang mungkin timbul terkait kualitas atau keaslian produk, serta cara perusahaan menangani transaksi.⁴³ Dengan memberikan informasi yang terbuka dan mudah dipahami, perusahaan menunjukkan komitmennya untuk jujur dan

³⁹ Annisa Fajri, Dhea Kournikofa, And Haerudin, 'Kepercayaan Sebagai Pemediasi Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Event Organizer', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3.3 (2023), 15–21 <<https://doi.org/10.55606/Jimak.V3i3.1568>>.

⁴⁰ Firmansyah. 66

⁴¹ Angga Dwi Saputro, Joko Utomo, And Supriyono Supriyono, 'Strategi Pemasaran Berbasis Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Gaya Hidup: Studi Kasus Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Mitsubishi Di Kabupaten Kudus', *Journal Of Innovation In Management, Accounting And Business*, 3.1 (2024), 1–10 <<https://doi.org/10.56916/Jimab.V3i1.503>>.

⁴² Maha Puspa Ardhana, Universitas Bina Bangsa, And Kota Serang Banten, 'Analisis Strategi Daya Saing Bisnis Di Era Digital', 2025.

⁴³ Riskiyatul Hasanah, Yuni Dhea Utari, And Delia Desvianti, 'Demagogi Journal Of Social Sciences , Economics And Education Pengaruh Aspek Hukum Dan Etika Bisnis Terhadap Keberlanjutan Usaha Di Era Digital', 2.3 (2024), 95–110.

terbuka dengan pelanggan, yang pada gilirannya membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap merek tersebut.

d. Keamanan dan Perlindungan Data

Dalam transaksi *online*, faktor keamanan memainkan peran yang sangat penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Konsumen cenderung merasa khawatir tentang potensi risiko kebocoran data pribadi, penipuan, atau pencurian informasi saat melakukan transaksi melalui platform digital.⁴⁴ Oleh karena itu, platform yang menawarkan sistem keamanan yang kuat, seperti enkripsi data dan perlindungan privasi, dapat memberikan rasa aman bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Ketika konsumen merasa yakin bahwa data mereka terlindungi dengan baik, mereka lebih cenderung untuk bertransaksi ulang dan mempercayai platform tersebut. Sebaliknya, jika keamanan dirasa kurang, konsumen akan ragu dan enggan untuk melanjutkan transaksi, bahkan mungkin mencari alternatif lain yang lebih aman.⁴⁵

e. Kompetensi dan Integritas

Konsumen akan lebih percaya pada perusahaan yang kompeten dan memiliki integritas karena mereka merasa yakin bahwa perusahaan tersebut mampu memenuhi janji-janji yang diberikan dan bertindak dengan jujur dalam setiap transaksi.⁴⁶ Perusahaan yang kompeten menunjukkan kemampuan untuk menghasilkan produk atau layanan berkualitas sesuai dengan harapan konsumen, sementara integritas menciptakan rasa percaya karena perusahaan tersebut beroperasi dengan cara yang transparan, adil, dan dapat dipercaya.⁴⁷ Ketika konsumen melihat bahwa perusahaan selalu berpegang pada prinsip etika yang kuat dan memberikan pelayanan yang konsisten, mereka merasa lebih aman untuk bertransaksi dan cenderung membangun hubungan jangka panjang dengan perusahaan tersebut.

4. Faktor-faktor yang membentuk perilaku konsumen

⁴⁴ Ardhana, Bangsa, And Banten.

⁴⁵ Perbankan Syari, 'Jurnal Ekonomika', 12.2 (2024), 11–20.

⁴⁶ Inta Hartaningtyas Rani & Velma Alicia Ali Chaerudin, *Sumber Daya Manusia : Pilar Utama Kegiatan Operasional Organisasi* (Jawa Barat: Cv. Jejak, 2020). 116

⁴⁷ Ibid.,

Faktor-faktor yang membentuk perilaku konsumen menurut Philip Kotler adalah:⁴⁸

a. Faktor Budaya

Faktor budaya dipengaruhi oleh budaya, sub budaya dan kelas sosial. Budaya adalah penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Budaya merupakan susunan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari anggota suatu masyarakat dari keluarga dan institusi penting lainnya. Menurut Lamb Kelompok pertama yang penting atas faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen adalah faktor budaya. Budaya dapat memiliki fungsi yaitu, pertama budaya mempunyai suatu peran menetapkan tapal batas, artinya budaya menciptakan perbedaan yang jelas antara satu organisasi dan yang lain. Kedua, budaya membawa suatu rasa identitas bagi anggota - anggota organisasi. Ketiga, budaya mempermudah timbulnya komitmen pada sesuatu yang lebih luas daripada kepentingan diri pribadi seseorang. Keempat, budaya itu meningkatkan kemantapan sistem sosial. Faktor budaya dapat berpengaruh paling luas dan paling dalam bahkan melebihi perilaku konsumen secara pribadi dan pengambilan keputusan

b. Faktor Sosial

Dalam faktor sosial, kelompok referensi, keluarga, peran sosial dan status mempengaruhi perilaku pembelian. Faktor sosial adalah kondisi masyarakat yang dipengaruhi oleh lingkungan serta nilai-nilai anggotanya baik dari kelompok acuan, keluarga maupun peran dan status.⁴⁹ Konsumen lebih suka mencari pendapat (*opini*) orang lain untuk mengurangi usaha pencarian dan evaluasi atau ketidakpastian, terutama ketika risiko yang diperkirakan atas keputusan meningkat.⁵⁰ Konsumen juga mencari pendapat orang lain sebagai panduan atas barang atau jasa baru, produk-produk dengan atribut-atribut yang berkaitan dengan citra (*image*), atau karena informasi atribut kurang bahkan tidak informatif. Secara

⁴⁸ Et Al. Sinulingga, Nora Anisa Br, *Perilaku Konsumen: Strategi Dan Teori*. (Iocs Publisher, 2023).

⁴⁹ M. S. Mauludin, 'Mauludin, M. Soleh. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce.', *Proceedings Of Islamic Economics, Business, And Philanthropy*, 1.1 (2022), 108–23.

⁵⁰ Ibid.,

khusus, konsumen berinteraksi sosial dengan kelompok yang memberikan pengaruh, pemimpin, opini, dan anggota keluarga untuk memperoleh informasi atas produk dan persetujuan keputusan.⁵¹

Keluarga adalah lingkungan mikro, yaitu lingkungan yang paling dekat konsumen. Keluarga menjadi daya tarik bagi para pemasar karena keluarga memiliki pengaruh yang besar kepada konsumen. Anggota keluarga akan saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian produk.⁵² Beberapa peran anggota keluarga dalam pengambilan keputusan adalah sebagai inisiator, pemberi pengaruh, penyaring informasi, pengambilan keputusan, pembeli dan pengguna. Para pemasar perlu memahami bagaimana peran anggota keluarga dalam pengambilan keputusan suatu produk.⁵³

c. Faktor Individu

Kepribadian sebagai karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Faktor pribadi meliputi gender, usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli, kepribadian, konsep diri, dan gaya hidup. Seseorang mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama hidup mereka.⁵⁴ Selera terhadap makanan, pakaian, rekreasi sering kali berhubungan dengan usia. Pembelian juga dibentuk oleh tahap siklus keluarga, tahap - tahap yang mungkin dilalui keluarga sesuai dengan kedewasaan anggotanya.⁵⁵

d. Faktor Psikologi

Psikologis adalah keadaan internal setiap individu akan dan ketika melakukan suatu tindakan yang dipengaruhi oleh faktor motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Keputusan membeli individual sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologi, persepsi, motivasi, pembelajaran, dan kepercayaan, serta

⁵¹ Rissa Megavitry, *Buku Ajar Pendidikan Konsumen* (Nem, 2024). 32

⁵² Mila Diana Sari, *Perilaku Konsumen* (Uwais Inspirasi Indonesia, 2023). 38

⁵³ Ibid.,

⁵⁴ Euis Saribanon Asep Muhamad Ramdan, Leonita Siwiyanti, Kokom Komariah, *Manajemen Pemasaran* (Sukabumi: Haura Utama, 2023).53

⁵⁵ Ibid.,

sikap.⁵⁶ Faktor-faktor tersebut adalah hal yang digunakan oleh konsumen dalam berinteraksi. Faktor-faktor tersebut juga merupakan alat bagi konsumen untuk mengenali perasaan, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat (*opini*) dan mengambil tindakan.⁵⁷ Tidak seperti tiga pengaruh lainnya, pengaruh psikologis dapat disebabkan oleh lingkungan seseorang karena mereka menggunakan pengaruh psikologis pada hal - hal yang khusus

B. Kepatuhan Syariah

kepatuhan syariah merupakan faktor yang sangat penting dalam menjaga integritas dan kepercayaan masyarakat terhadap memilih dan mengonsumsi produk. Muhammad Nejatullah Siddiqi merupakan salah satu tokoh terkemuka dalam pemikiran ekonomi Islam modern.⁵⁸ Dalam berbagai karya ilmiahnya, Siddiqi menekankan bahwa kepatuhan syariah (*Shariah compliance*) tidak hanya terbatas pada ketaatan terhadap aturan-aturan hukum formal yang ditetapkan dalam Islam, tetapi juga mencakup nilai-nilai moral, etika, dan prinsip keadilan sosial yang terkandung dalam ajaran Islam secara menyeluruh.

Sedangkan menurut Adrian Sutedi⁵⁹, arti dari kepatuhan syariah dalam praktek adalah mengikuti Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) karena Fatwa DSN adalah manifestasi dari prinsip dan ketentuan syariah yang wajib dipatuhi dalam perbankan syariah.

Siddiqi berpandangan bahwa syariah adalah suatu sistem nilai yang menyeluruh, yang mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk aktivitas ekonomi dan konsumsi. Oleh karena itu, kepatuhan syariah dalam konteks ekonomi bukan hanya persoalan menghindari hal-hal yang diharamkan seperti *riba* (bunga), *gharar* (ketidakjelasan), dan *maysir* (judi), tetapi juga memastikan bahwa setiap

⁵⁶ Hengki Tamando Sihotang Nora Anisa Br. Sinulingga, *Perilaku Konsumen: Strategi Dan Teori* (Iocs, 2023). 155

⁵⁷ Ibid.,

⁵⁸ Mohammad Nejatullah Siddiqi, *The Palgrave Encyclopedia Of Islamic Finance And Economics* (Turki, Istanbul: Palgrave Macmillan, 2024) <https://doi.org/10.1007/978-3-030-93703-4_468-1>.

⁵⁹ Adrian Sutedi, *Perbankan Shari'ah, Tinjauan Dan Beberapa Segi Hukum* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009). 145

aktivitas ekonomi dilandasi oleh prinsip keadilan (*adl*), keseimbangan (*tawazun*), dan kemaslahatan (*`maslahah*).

Menurut Siddiqi,⁶⁰ konsumen Muslim idealnya tidak hanya mempertimbangkan aspek harga dan kualitas produk semata, tetapi juga harus memastikan bahwa produk tersebut sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini mencerminkan bahwa dalam perspektif Islam, konsumsi bukanlah tindakan bebas nilai, melainkan harus berada dalam koridor yang bertanggung jawab secara spiritual dan sosial.

Lebih lanjut, Siddiqi⁶¹ juga menekankan bahwa dalam sistem ekonomi Islam, niat (*`niyyah*) menjadi faktor penting dalam menentukan nilai suatu tindakan. Artinya, meskipun suatu produk belum memiliki sertifikasi halal secara formal, seorang konsumen masih berkewajiban untuk melakukan ikhtiar dalam memastikan kehalalannya berdasarkan ilmu dan keyakinan yang ia miliki.

Dengan demikian, pemikiran Muhammad Nejatullah Siddiqi⁶² memberikan dasar teoretis yang kuat bahwa kepatuhan syariah tidak semata-mata bersifat legal-formal, tetapi juga menyangkut dimensi etika dan tanggung jawab spiritual umat Islam dalam bertindak di bidang ekonomi, termasuk dalam memilih dan mengonsumsi produk. Penjelasan tentang prinsip-prinsip syariat adalah sebagai berikut:

1. Tidak ada *riba* (bunga)

Riba dianggap haram dalam ekonomi Islam karena adanya tambahan yang tidak adil pada utang atau transaksi. Prinsip ini tercantum dalam berbagai ayat Al-Qur'an, seperti dalam QS. Al-Baqarah (2:275-279) yang secara eksplisit melarang riba. Ayat-ayat ini menjelaskan larangan riba secara tegas, menekankan bahwa perbedaan antara transaksi yang sah dan riba sangat jelas dalam Islam. Riba adalah bentuk ketidakadilan yang merusak tatanan sosial, menyebabkan kerugian bagi pihak yang lemah, dan Allah mengingatkan agar umat Islam menghindarinya untuk memperoleh keuntungan yang halal.

⁶⁰ Ibid.,

⁶¹ Ibid.,

⁶² Ibid.,

Sebaliknya, amal saleh dan keimanan yang sesuai dengan ajaran syariah akan mendatangkan kebahagiaan dan keselamatan dunia dan akhirat.⁶³

Monzer Kahf, seorang ekonom Islam terkemuka, mengemukakan bahwa riba adalah salah satu unsur yang merusak sistem ekonomi dan distribusi kekayaan dalam masyarakat. Kahf berpendapat bahwa riba bertentangan dengan prinsip keadilan dan keseimbangan dalam ekonomi syariah.⁶⁴ Untuk industri rumah produksi makanan oleh-oleh, penerapan prinsip riba berarti mereka harus menghindari penggunaan bunga atau sistem kredit yang dapat menyebabkan penambahan biaya yang tidak adil bagi konsumen atau pemasok. Misalnya, jika sebuah usaha makanan oleh-oleh berutang untuk membeli bahan baku dan dikenakan bunga, maka ini akan menjadi bentuk riba, yang jelas bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam.⁶⁵

Riba juga bisa muncul dalam transaksi antara produsen dan distributor. Jika suatu perusahaan makanan oleh-oleh membebankan bunga atas pembayaran yang ditangguhkan atau membayar lebih untuk bahan baku dengan tambahan yang tidak adil, ini juga menjadi bentuk riba yang merusak keadilan transaksi tersebut.⁶⁶ Riba dan Label Halal dalam Industri Makanan Bagi industri makanan oleh-oleh yang ingin memperoleh sertifikasi halal, penting untuk tidak hanya memenuhi standar kehalalan dalam bahan baku dan proses produksi, tetapi juga menghindari praktik yang bertentangan dengan syariah dalam aspek keuangan, seperti riba. Jika perusahaan terlibat dalam praktik riba, maka meskipun produknya memenuhi standar halal untuk makanan, perusahaan tersebut tetap tidak memenuhi prinsip syariah secara keseluruhan.⁶⁷ Dengan kata lain, kehalalan produk tidak cukup hanya pada bahan makanan

⁶³ Netta Agusti, 'Islamic Man: Deep Insights from Monzer Kahf', *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 21.2 (2021), 82 <<https://doi.org/10.29300/syr.v21i2.5352>>.

⁶⁴ Kahf, *Islamic Economics: A Short History of an Idea*.

⁶⁵ Monzer Kahf, 'Zakah and Prohibition of Riba in the Islamic Economic System', 1997, 1–22.

⁶⁶ Ibid.,

⁶⁷ Buana Handa Wijaya, Akbar Dzukha Asyiqin, and Sherly Marno Rahayu, 'The Relevance of Monzer Kahf's Views on Islamic Banking in Indonesia', *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 3.1 (2023), 120–38 <<https://doi.org/10.21154/invest.v3i1.5875>>.

saja, tetapi juga pada cara perusahaan tersebut mengelola transaksi dan pembiayaan usahanya.

Prinsip keadilan (adl) dalam ekonomi syariah mengharuskan bahwa semua transaksi dalam bisnis makanan oleh-oleh harus dilakukan dengan cara yang adil, tanpa ada pihak yang dirugikan atau dipaksa untuk membayar lebih dari yang seharusnya.⁶⁸ Oleh karena itu, perusahaan yang belum memiliki label halal tetapi menghindari praktik riba dan menjaga keadilan dalam transaksi akan lebih mudah dalam memperoleh sertifikasi halal, yang mencakup bukan hanya aspek bahan makanan tetapi juga manajemen keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

2. Tidak ada *gharar* (ketidakjelasan)

Ekonomi Islam menekankan pentingnya transparansi dan kejelasan dalam setiap transaksi. Jika terdapat ketidakpastian atau ketidakjelasan dalam suatu transaksi, maka hal tersebut bertentangan dengan prinsip dasar ekonomi syariah. Oleh karena itu, dalam industri makanan oleh-oleh, produsen harus memastikan bahwa semua transaksi dilakukan dengan kejelasan mengenai harga, bahan baku, kualitas produk, dan segala syarat terkait lainnya. Dalam hal ini, yang terpenting adalah bahwa semua pihak yang terlibat memiliki pemahaman yang sama tentang transaksi tersebut.. Dalam QS. Al-Baqarah (2:188), Allah SWT melarang praktik jual beli yang mengandung *gharar* atau ketidakjelasan. Ayat ini menegaskan bahwa setiap transaksi yang dilakukan harus memiliki dasar yang jelas dan tidak boleh ada unsur ketidakpastian yang merugikan pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut..

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ
وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

⁶⁸ Nurul Huda, 'Implementasi Konsep Homo Islamicus Monzer Kahf Dalam Entrepreneurship Kiai Mahmud Ali Zain', *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 6.2 (2021), 121 <<https://doi.org/10.24235/jm.v6i2.7931>>.

Artinya:

“Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan janganlah kamu membawa urusan itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebagian harta orang lain dengan dosa dan (dengan) jalan yang tidak benar”

Al-Suwailem menambahkan bahwa dalam ekonomi syariah, kejelasan dalam setiap transaksi adalah kunci untuk menjaga keadilan.⁶⁹ Gharar tidak hanya merugikan pihak yang dirugikan secara langsung dalam transaksi tersebut, tetapi juga dapat merusak integritas pasar secara keseluruhan. Sebagai contoh, dalam industri makanan oleh-oleh yang belum memiliki label halal, jika transaksi tidak jelas, misalnya mengenai jaminan kehalalan bahan atau keamanan pangan, ini bisa menyebabkan konsumen ragu dan merasa dirugikan..⁷⁰

3. Tidak ada *maysir* (judi)

Maysir merujuk pada unsur spekulasi atau perjudian dalam transaksi yang tidak jelas dan mengandung ketidakpastian. Dalam perspektif Islam, maysir diharamkan karena dapat menyebabkan ketidakadilan dan merugikan salah satu pihak yang terlibat dalam transaksi. Maysir berhubungan erat dengan transaksi yang tidak memiliki dasar yang jelas dan cenderung mengarah pada kerugian bagi pihak yang terlibat, serta bisa berpotensi menambah ketidaksetaraan dalam distribusi kekayaan. Spekulasi dalam konteks ini merujuk pada kegiatan ekonomi yang didorong oleh taruhan atau ketidakpastian yang dapat merugikan pihak yang lebih lemah dalam transaksi. Ini termasuk segala bentuk investasi atau transaksi yang mengandalkan keuntungan tidak pasti atau hasil yang bergantung pada keberuntungan. Maysir dalam Konteks Industri Rumah Produksi Makanan Oleh-Oleh Dalam industri rumah produksi makanan oleh-oleh yang belum memiliki label halal, terdapat beberapa cara di mana maysir dapat muncul dalam transaksi bisnis, antara lain:⁷¹

⁶⁹ Suneal Bedi and W. Michael Schuster, ‘Towards an Objective Measure of Trademark Fame’, *SSRN Electronic Journal*, 7 (2020) <<https://doi.org/10.2139/ssrn.3546943>>.

⁷⁰ Johannes Schirm, Gabriela Tullius, and Jacob Habgood, ‘Towards an Objective Measure of Presence’, 7 (2019), 671–78 <<https://doi.org/10.1145/3341215.3356263>>.

⁷¹ Agusti.

a. Harga yang Tidak Pasti atau Spekulatif

Dalam transaksi jual beli produk makanan oleh-oleh, jika harga ditentukan dengan cara yang spekulatif, misalnya tergantung pada faktor eksternal yang tidak dapat diprediksi, hal ini bisa termasuk dalam kategori maysir. Sebagai contoh, jika produsen makanan oleh-oleh menentukan harga berdasarkan fluktuasi harga pasar atau faktor lain yang sangat tidak pasti dan bergantung pada spekulasi, maka ini merusak kejelasan dan keadilan dalam transaksi.⁷²

b. Investasi yang Bergantung pada Spekulasi

Jika rumah produksi makanan oleh-oleh mengandalkan investasi atau pembiayaan yang bersifat spekulatif—misalnya, mendapatkan dana untuk pengembangan produk dengan bunga yang sangat tinggi atau dari investasi yang tidak pasti—ini juga dapat disebut sebagai transaksi maysir. Hal ini bisa merugikan kedua belah pihak, baik produsen yang menghadapi kewajiban utang tinggi maupun konsumen yang akhirnya harus membayar harga lebih mahal karena bunga atau biaya yang dibebankan.⁷³

c. Ketidakpastian dalam Keamanan Produk atau Kualitas

Sebuah transaksi jual beli yang melibatkan produk makanan oleh-oleh yang tidak jelas kualitasnya atau tidak memiliki standar yang pasti juga dapat berhubungan dengan maysir. Misalnya, produk yang dijual dengan klaim kualitas tertentu tetapi tidak ada jaminan atau bukti yang pasti mengenai kualitas tersebut, sehingga konsumen bisa merasa dirugikan jika produk tersebut tidak sesuai harapan.⁷⁴

d. Transaksi yang Tidak Transparan atau Tidak Jelas

Jika transaksi bisnis antara pemasok bahan baku dengan produsen makanan oleh-oleh tidak jelas, misalnya mengenai syarat pembayaran atau pengiriman yang berubah-ubah, maka hal ini menambah unsur ketidakpastian atau maysir. Ketika

⁷² Ibid.,

⁷³ Ibid.,

⁷⁴ Ibid.,

transaksi tidak transparan, salah satu pihak bisa merasa dirugikan dan merasakan kerugian yang tidak adil, yang bertentangan dengan prinsip keadilan dalam syariah.⁷⁵

Pentingnya Penerapan Prinsip Syariah Jika sebuah industri rumah produksi makanan oleh-oleh menerapkan prinsip-prinsip syariah secara penuh, termasuk menghindari *riba*, *gharar*, dan *maysir*, maka mereka tidak hanya akan memperoleh keuntungan yang halal, tetapi juga akan membangun kepercayaan konsumen yang semakin peduli dengan aspek etika dalam bisnis.⁷⁶ Kepatuhan syariah ini bukan hanya tentang makanan yang halal, tetapi juga tentang bagaimana perusahaan tersebut mengelola transaksi, keuangan, dan hubungan dengan mitra bisnis. Selain itu, dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, perusahaan dapat memberikan manfaat yang lebih luas kepada masyarakat, seperti peningkatan kesejahteraan pekerja, pengurangan ketidakadilan ekonomi, dan mendukung keberlanjutan lingkungan. Salah satu dalil dalam al-Qur'an yang menjelaskan mengenai perintah untuk mengonsumsi dan memanfaatkan produk yang dikonsumsi sesuai dengan syariat Islam ialah firman Allah Swt. dalam surat al-Baqarah Ayat 168 sebagai berikut:

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

١٦٨

Artinya:

"Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata."(Q.S al-Baqarah:168)

Dalam ayat ini kata "halal" menjadi dasar perintah mengonsumsi makanan dan minuman yang halal dan *thayyib*. Al-Sa'di menjelaskan bahwa tunjukan (*khithab*⁷⁷) ayat ini sebagai seruan yang ditujukan kepada seluruh manusia, baik Mukmin maupun Kafr.⁷⁸ Demikian juga Muhammad 'Ali al-Shâbûnî pun

⁷⁵ Ibid.,

⁷⁶ Kahf, 'Zakah and Prohibition of Riba in the Islamic Economic System'.

⁷⁷ Khithab Adalah Sesuatu Yang Dibicarakan Atau Tuntunan Allah Yang Ditujukan Kepada Mukallaf. Mukallaf Adalah Orang Yang Telah Memenuhi Syarat Untuk Menaati Hukum Allah.

⁷⁸ 'Abd Al-Rahmân Ibn Nashir Ibn Al-Sa'di, *Taysîr Al-Karîm Alrahmân*. 80

memahami ayat tersebut dengan pemahaman yang sama bahwa yang menjadi khithâb ayat tersebut adalah umum, yaitu untuk semua manusia agar mereka mengonsumsi yang Allah telah halalkan bagi mereka.

Dalam konteks ini, sertifikasi halal pada produk makanan berfungsi sebagai jaminan atau tanda pengesahan bahwa produk tersebut sudah melalui proses verifikasi yang memastikan bahwa semua bahan yang digunakan dan cara produksinya telah sesuai dengan prinsip halal dan thayyib dalam Islam. Sertifikasi halal memberikan kepastian kepada konsumen Muslim bahwa produk tersebut tidak mengandung bahan-bahan yang haram (seperti daging babi, alkohol, atau bahan lainnya yang dilarang), dan juga diproses dengan cara yang tidak bertentangan dengan syariat.⁷⁹

Mengenai ketaatan pada syariat yang telah menjadi ketetapan Allah al-Hâfzh Ibn Katsîr menuturkan keterangan yang penting diperhatikan ketika memberi penjelasan Q.s. al-Ahzâb [31]: 36, yaitu:

وَمَا كَانَ لِمُؤْمِنٍ وَلَا مُؤْمِنَةٍ إِذَا قَضَى اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَمْرًا أَنْ يَكُونَ لَهُمُ الْخِيَرَةُ مِنْ أَمْرِهِمْ
وَمَنْ يَعْصِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ ضَلَّ ضَلًّا مُبِينًا ﴿٣٦﴾

Artinya:

“Tidaklah pantas bagi mukmin dan mukminat, apabila Allah dan Rasul-Nya telah menetapkan suatu ketentuan, akan ada pilihan (yang lain) bagi mereka tentang urusan mereka. Siapa yang mendurhakai Allah dan Rasul-Nya, sungguh dia telah tersesat dengan kesesatan yang nyata.

Menurut al-Hâfzh Ibn Katsîr bahwa pada ayat tersebut berlaku umum pada semua persoalan, yaitu sesungguhnya jika Allah dan Rasul-Nya telah menetapkan suatu hukum, maka tidak patut bagi seseorang memperselisihkannya dan juga tidak dibenarkan ada upaya untuk menghindar, baik berupa pendapat maupun perkataan.⁸⁰

⁷⁹ Ibid.,

⁸⁰ Abî Al-Fidâ Al-Hâfzh Ibn Katsîr Al-Dimasyqî, ‘Tafsîr Al-Qur’ân Al-‘Azhîm’, (Bayrût: Dâr Al-Fikr, 1412h-1992m), Jilid Iii Dan Jilid Ii. 643

Terdapat Hadis lain yang menyuruh mematuhi ketentuan halal dan haram, termasuk dalam mengonsumsi makanan dan minuman halal sesuai dengan keentuan syariah yaitu:

“Sesungguhnya yang halal itu jelas, yang haram jelas. Dan di antara keduanya ada masalah syubhat, kebanyakan manusia/orang tidak mengetahuinya. Karena itu maka barang siapa menjaganya/bertakwa terjerumus dalam syubhat, berarti dia telah membebaskan agama dan kehormatannya. Dan barang siapa terjerumus pada sesuatu di dalam syubhat, berarti hampir terjerumus ke dalam yang haram. Sebagaimana jika seseorang menggembala ternaknya di sekitar Hima (tempat/area milik raja yang dijaga/dilindungi dan terlarang dimasuki orang lain dan siapa yang memasukinya maka akan dijatuhi saksi hukuman). Ketahuilah bahwa sesungguhnya setiap raja memiliki hima, ketahuilah bahwa hima Allah adalah larangan-larangan-Nya” (H.R. Muslim)

Menurut al-Nawâwî⁸¹ para ulama telah bersepakat mengenai keagungan kedudukan Hadis ini dan faidahnya, bahkan menurut dia, Hadis merupakan satu di antara Hadis-Hadis yang menjadi dasar (*mashdar*) Islam. Adapun sebabnya, karena menurut para ulama pada Hadis ini Rasulullah Saw. mengingatkan agar memperbaiki makanan, minuman, pakaian, dan lainnya. Juga hendaknya seorang Muslim meninggalkan hal-hal yang *syubhat* karena sikap demikian dapat memelihara agama dan kehormatannya.

Ditambahkan lagi oleh al-Nawawi pada Hadis ini ada penguatan untuk upaya pembenahan/perbaikan hati dan pemeliharaan hati dari hal-hal yang dapat merusaknya, karena pada Hadis ini Rasulullah menjadikan kebaikan hati dan kerusakannya amat berkaitan dengan kebaikan dan kerusakan hati.⁸² Dengan demikian Hadis ini menjadi salah satu dalil yang memperkuat pentingnya perhatian terhadap ketentuan halal dan haram dalam mengonsumsi makanan dan minuman serta berpakaian, karena akan berdampak pada tubuh dan hati seseorang.

⁸¹ I Hadis Riwayat Imam Muslim Dalam Syarh Shahîh Muslim, Imam Abî Zakariyyâ Yahyâ Ibn Syaraf Al-Nawâwî Al-Dimasyqî, (Bayrût: Dâr Al-Fikr, 1421h-2000m), Jilid Vi, H. 23. Hadis No. 1599. Hadis Ini Juga Diriwayatkan Al-Tirmidzî Dalam Tuhfah Al-Ahwadzî Syarh Al-mubâarak Furî Pada Bab Tark Al-Syubhât, Hadis Nomor 1250.

⁸² Imam Abî Zakariyyâ Yahyâ Ibn Syaraf Al-Nawâwî Al-Dimasyqî. Syarh Shahîh Muslim, 24.

C. Label Halal

Label halal adalah tanda atau logo yang menunjukkan bahwa suatu produk telah memenuhi standar kehalalan sesuai dengan aturan yang ditetapkan oleh lembaga yang berwenang, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Indonesia. Label ini menjamin bahwa produk tersebut bebas dari bahan atau unsur yang haram (terlarang menurut ajaran agama Islam) dan diproses dengan cara yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Produk yang memiliki Label halal telah melalui serangkaian pemeriksaan dan sertifikasi untuk memastikan bahwa semua bahan baku, proses produksi, serta pengemasan produk memenuhi syarat kehalalan yang telah ditetapkan.⁸³

Label halal memberikan nilai tambah pada produk, terutama bagi mayoritas masyarakat Muslim yang melihat label ini sebagai daya tarik, sehingga meningkatkan nilai jual produk karena jaminan kehalalan yang diberikan. Biasanya, Label halal tertera di bagian display produk, sejajar dengan merek dan legalitas usaha yang dimiliki oleh masing-masing produk.⁸⁴ Label halal juga memberikan jaminan bahwa produk tersebut diproses dengan bahan baku yang tidak mengandung unsur haram. Proses pemberian sertifikasi halal melalui kajian yang cermat memungkinkan label diberikan secara akurat, sehingga menghasilkan informasi yang sah bagi konsumen sebagai referensi dalam memilih produk makanan.

Label dan sertifikasi halal memberikan informasi yang berguna bagi konsumen mengenai komposisi dan sifat produk, memudahkan mereka untuk memilih produk yang menjadi pesaing satu sama lain. Informasi ini sangat dibutuhkan oleh konsumen yang memilih produk makanan halal, karena dengan informasi yang

⁸³ Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (Bpjp), 'Pedoman Sertifikasi Halal Makanan Dan Minuman Dengan Pengelolaan' <https://cmsbl.halal.go.id/uploads/78_2023_Sk_Pedoman_Sertifikasi_Halal_Makanan_Dan_Minuman_Dengan_Pengelolaan_3aa915efdf.pdf> [Accessed 19 January 2025].

⁸⁴ Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (Bpjp), 'Produk Ini Harus Bersertifikat Halal Di Oktober 2024, Bpjp Imbau Pelaku Usaha Segera Urus Sertifikasi Halal' <<https://bpjp.halal.go.id/detail/produk-ini-harus-bersertifikat-halal-di-oktober-2024-bpjp-imbau-pelaku-usaha-segera-urus-sertifikasi-halal/>> [Accessed 19 January 2025].

akurat, konsumen dapat membuat keputusan yang tepat dalam memilih makanan yang akan dikonsumsi. Keberadaan informasi yang valid ini merupakan salah satu bentuk kesejahteraan bagi konsumen. Oleh karena itu, sertifikasi dan labelisasi halal menciptakan pasar yang adil bagi konsumen.

Label adalah bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualannya. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau pula produk. Label dibagi ke dalam 3 klasifikasi yaitu:

1. Brand label, yaitu merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan
2. Descriptive label, yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi/pembuatan, perhatian/perawatan dan kinerja produk, serta karakteristik-karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk.
3. Grade label, yaitu label yang mengidentifikasikan penilaian kualitas produk dengan suatu huruf, angka atau kata. Misalnya buah-buahan dalam kaleng diberi label kualitas A, B, dan C.

Label sendiri memiliki 3 fungsi utama yakni:

1. Mengidentifikasi produk atau merek
2. Menentukan kelas produk
3. Menjelaskan produk yaitu siapa pembuatnya, kapan, dimana dan apa isinya.

Peraturan pemerintah nomor 69 tahun 1999⁸⁵ tentang label dan iklan pangan menyebutkan label dengan setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan pangan. Dengan demikian label pangan sekurang-kurangnya memuat keterangan yaitu:

1. Nama produk
2. Daftar bahan yang digunakan
3. Berat bersih atau isi bersih

⁸⁵ Bpk Ri, 'Uu Nomor 8 Tahun 1999' <<https://Peraturan.Bpk.Go.Id/Details/45288/Uu-No-8-Tahun-1999>> [Accessed 10 March 2025].

4. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau perusahaan yang memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia
5. Tanggal, bulan dan tahun kadaluarsa

Pengertian halal menurut Departemen Agama yang dimuat dalam keputusan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 518 Tahun 2001 tentang pemeriksaan dan penetapan pangan halal⁸⁶ adalah “tidak mengandung unsure atau bahan-bahan haram atau yang dilarang untuk dikonsumsi oleh umat islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat islam.

Proses-proses yang menyertai dalam suatu produksi makanan atau minuman, agar termasuk dalam klarifikasi halal adalah proses yang sesuai dengan standar halal yang telah ditentukan oleh agama islam. Standar halal tersebut diantaranya:

1. Tidak mengandung babi atau produk-produk yang berasal dari babi serta tidak menggunakan alkohol sebagai ingredient yang sengaja ditambahkan
2. Daging yang digunakan berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat islam
3. Semua bentuk minuman yang tidak beralkohol
4. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan tempat transportasi tidak digunakan untuk babi atau barang tidak halal lainnya, tempat tersebut harus terlebih dahulu dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat islam

Di Indonesia, sertifikasi halal diatur dalam beberapa undang-undang dan peraturan yang mengharuskan produsen memberikan informasi yang jelas tentang status kehalalan produk.

a. Undang-Undang

Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal disebutkan : “Sertifikasi halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI”. Berdasarkan undang-undang ini, produk yang beredar di pasar Indonesia

⁸⁶ ‘Keputusan Menteri Agama R.I.Nomor 518 Tahun 2001 Tanggal 30 November 2001 tentang pedoman Dan Tata Cara Pemeriksaan Dan Penetapan Pangan Halal menteri Agama Republik Indonesia’.

harus terjamin kehalalannya dan mendapat sertifikasi halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia). Beberapa hal yang diatur dalam UU ini adalah:

- 1) Pasal 4 menyebutkan bahwa setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.⁸⁷
- 2) Pasal 13 Mengatur tentang kewajiban produsen untuk mengajukan sertifikasi halal kepada Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM) MUI.⁸⁸

b. Peraturan Pemerintah

Peraturan pemerintah No. 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal Peraturan ini mengatur lebih lanjut mengenai teknis dan prosedur penerbitan sertifikat halal untuk produk.⁸⁹

Peraturan ini bertujuan untuk memastikan bahwa produk yang beredar di pasar Indonesia, baik yang diproduksi di dalam negeri maupun impor, memenuhi standar kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Salah satu pokok pengaturannya adalah proses sertifikasi halal, yang dimulai dengan pendaftaran produk oleh produsen atau importir melalui Sistem Informasi Sertifikasi Produk Halal (SISPI), dilanjutkan dengan audit dan verifikasi oleh LPPOM MUI untuk memastikan bahwa produk tersebut tidak mengandung bahan haram dan diproduksi dengan cara yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Setelah produk memenuhi kriteria tersebut, sertifikat halal akan diterbitkan.

Peraturan ini juga mengatur pengawasan terhadap produk halal yang beredar di pasar untuk menjaga agar produk tetap memenuhi standar halal yang berlaku. Produk yang telah disertifikasi halal juga akan diawasi oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan LPPOM MUI.⁹⁰ Jika ditemukan pelanggaran, seperti penggunaan sertifikasi halal yang tidak sah, maka sanksi dapat dikenakan berupa denda atau pencabutan izin usaha. Peraturan ini juga mewajibkan produk impor untuk mendapatkan sertifikat halal sebelum dipasarkan di Indonesia. Dengan

⁸⁷ Bpk Ri, 'Uu No. 33 Tahun 2014' <<https://Peraturan.Bpk.Go.Id/Details/38709/Uu-No-33-Tahun-2014>> [Accessed 19 January 2025].

⁸⁸ Ibid.,

⁸⁹ Bpk Ri, 'Pp No. 39 Tahun 2021' <<https://Peraturan.Bpk.Go.Id/Details/161927/Pp-No-39-Tahun-2021>> [Accessed 19 January 2025].

⁹⁰ Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (Bpjp).

adanya Peraturan Pemerintah ini, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya produk halal dan memperkuat industri halal Indonesia, baik di pasar domestik maupun internasional.

Imam An-Nawawi menjelaskan mengenai hadits yang berbunyi “Allah hanya menerima yang baik” dalam kitab *Arba'in Nawawi*. Hadits ini merupakan hadits ke-10 yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah RA, yang menyampaikan sabda Rasulullah SAW bahwa Allah SWT adalah Thayyib (Maha Baik) dan hanya menerima yang baik, tidak menerima selainnya.⁹¹

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ تَعَالَى عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ: (إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى طَيِّبٌ لَا يَقْبَلُ إِلَّا طَيِّبًا وَإِنَّ اللَّهَ أَمَرَ الْمُؤْمِنِينَ بِمَا أَمَرَ بِهِ الْمُرْسَلِينَ فَقَالَ: (يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا) (المؤمنون: الآية 51) ، وَقَالَ: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ) (البقرة: الآية 172) ثُمَّ ذَكَرَ الرَّجُلُ يُطِيلُ السَّفَرَ أَشْعَثَ أَغْبَرَ، يَمُدُّ يَدَيْهِ إِلَى السَّمَاءِ، يَا رَبِّ يَا رَبِّ، وَمَطْعَمُهُ حَرَامٌ، وَمَشْرَبُهُ حَرَامٌ، وَغُذِيَ بِالْحَرَامِ فَأَنَّى يُسْتَجَابَ لِذَلِكَ)

Artinya:

“Dari Abu Hurairah RA, ia berkata: Rasulullah SAW bersabda, “Sesungguhnya Allah itu Maha Baik dan tidak menerima kecuali yang baik. Dan sesungguhnya Allah memerintahkan kepada orang-orang beriman apa yang Dia perintahkan kepada para rasul-Nya. Maka Allah berfirman: {Wahai para rasul, makanlah dari makanan yang baik-baik dan kerjakanlah amal saleh} (QS. Al-Mu'minun: 51). Dan Allah juga berfirman: {Wahai orang-orang yang beriman, makanlah dari makanan yang baik-baik yang telah Kami rezekikan kepada kalian} (QS. Al-Baqarah: 172).”

Hadits ini mengandung beberapa hikmah penting yang seharusnya diterapkan oleh setiap Muslim, antara lain: Pertama, Memastikan Kehalalan Harta: Seorang Muslim perlu memastikan bahwa harta yang diperoleh untuk

⁹¹ Nu Online Jateng, ‘Allah Hanya Menerima Yang Baik’ <<https://jateng.nu.or.id/keislaman/allah-hanya-menerima-yang-baik-itbru>> [Accessed 21 January 2025].

memenuhi kebutuhan hidupnya berasal dari sumber yang halal dan baik, agar amal ibadahnya diterima dan doanya dikabulkan. Kedua, Menjaga Kesucian Jiwa: Apa yang dikonsumsi, baik makanan maupun minuman, akan memengaruhi kebersihan jiwa dan ketakwaan. Makanan yang halal akan membantu seseorang beribadah dengan ikhlas dan taat kepada Allah. Ketiga, Memahami Pentingnya Niat dan Sumber Amal: Sedekah atau amal yang berasal dari harta haram tidak akan diterima oleh Allah, meskipun niatnya baik. Ini mengajarkan bahwa niat yang baik harus diiringi dengan cara yang baik dan halal. Keempat, Membangun Kesadaran dan Kehati-hatian dalam Kehidupan: Hadits ini mengingatkan umat Islam untuk selalu berhati-hati dalam setiap tindakan, terutama yang berkaitan dengan mencari nafkah, makan, dan minum.⁹²



⁹² Ibid.,

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode dan pendekatan

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif deskriptif dengan bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis secara mendalam tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk brem tanpa sertifikasi halal yang diproduksi oleh produsen brem di Kabupaten Madiun.⁹³ Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan konsumen dan produsen brem, serta analisis dokumen terkait proses produksi dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh produsen. Metode ini membantu peneliti untuk memahami secara detail persepsi konsumen, upaya produsen dalam memastikan kehalalan produk, serta dampak kepercayaan konsumen terhadap omzet penjualan. Hasilnya, penelitian ini memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai sejauh mana upaya produsen berhasil membangun kepercayaan konsumen meskipun produk brem belum memiliki sertifikasi halal.

Pendekatan deskriptif analitis digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan fenomena secara detail dan menganalisis data yang diperoleh untuk menemukan hubungan antara kepercayaan konsumen, upaya produsen, dan dampaknya terhadap penjualan produk brem.⁹⁴ Pendekatan ini mengkaji sejauh mana upaya produsen dalam menjamin kehalalan produk berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen, sekaligus mengidentifikasi hambatan dan peluang dalam meningkatkan kepercayaan tersebut. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat menyajikan rekomendasi yang aplikatif bagi produsen brem untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pangsa pasar. Keabsahan hasil penelitian diperkuat melalui triangulasi data yang

⁹³ L Ardyan, E., Boari, Y., Akhmad, A., Yuliyani, L., Hildawati, H., Suarni, A., ... & Judijanto, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif: Pendekatan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif Di Berbagai Bidang* (Jambi: Pt. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023). 9-10

⁹⁴ Ardyan, E., Boari, Y., Akhmad, A., Yuliyani, L., Hildawati, H., Suarni, A., ... & Judijanto.

menggabungkan wawancara dan analisis dokumen, sehingga menghasilkan temuan yang dapat dipertanggungjawabkan dan reliabel.

B. Data dan sumber data

Data dalam penelitian ini merupakan fakta atau informasi yang dikumpulkan, dihimpun, dan dicatat oleh peneliti sebagai landasan untuk melakukan analisis lebih lanjut.⁹⁵ Jenis data yang dikumpulkan adalah data kualitatif, yang meliputi berbagai aktivitas, bentuk, pandangan, serta temuan di lapangan. Data tersebut kemudian disajikan secara deskriptif dan berdasarkan fakta yang ditemukan.

Data-data tersebut berkaitan dengan fokus penelitian, yaitu bagaimana tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk brem tanpa sertifikasi halal, upaya produsen brem di Kabupaten Madiun dalam memastikan kehalalan produk, serta dampak kepercayaan konsumen terhadap omzet penjualan. Dengan data ini, penelitian dapat memberikan analisis yang mendalam dan terarah untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan, seperti bagaimana kepercayaan konsumen terbentuk, langkah-langkah yang diambil produsen untuk menjamin kehalalan produk, dan sejauh mana kepercayaan tersebut memengaruhi penjualan produk brem.

Sumber data primer dalam penelitian ini didapatkan secara langsung dari informan yang memiliki pemahaman dan pengalaman relevan terkait topik yang diteliti. Sumber data primer dan sekunder meliputi:

1. Sumber Primer
 - a. Produsen brem, wawancara dengan pemilik dan karyawan produsen brem di Kabupaten Madiun yang terlibat dalam proses produksi dan pemasaran. Informasi yang dikumpulkan meliputi upaya produsen dalam memastikan kehalalan produk, strategi pemasaran, serta tantangan yang dihadapi dalam membangun kepercayaan konsumen
 - b. Konsumen brem, wawancara dengan konsumen brem untuk mendapatkan perspektif mereka tentang kepercayaan terhadap produk brem tanpa

⁹⁵ Syahrani.

sertifikasi halal, faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, serta dampak kepercayaan terhadap loyalitas mereka.

2. Sumber Sekunder

- a. Dokumen Resmi: Data dari Dinas Perindustrian atau Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Madiun tentang produksi dan penjualan brem.
- b. Laporan Penelitian: Studi sebelumnya tentang kepercayaan konsumen atau industri brem.
- c. Artikel atau Jurnal: Publikasi ilmiah terkait kehalalan produk, kepercayaan konsumen, atau pemasaran produk lokal.
- d. *Website* atau *Media Online*: Informasi dari situs resmi produsen brem atau artikel tentang industri brem di Madiun.

C. Teknik Penentuan Informan

Penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling* sebagai metode dalam menentukan informan penelitian. Teknik ini termasuk dalam kategori *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih, melainkan berdasarkan pertimbangan subjektif peneliti dan rekomendasi dari informan sebelumnya.⁹⁶ Teknik ini dinilai tepat karena sesuai dengan sifat penelitian kualitatif yang bersifat eksploratif dan bertujuan menggali informasi secara mendalam dari individu yang memiliki pengalaman langsung dan relevan terhadap fokus penelitian.⁹⁷

Proses penentuan informan diawali dengan informan kunci pertama yang telah dikenali melalui observasi awal di lokasi penjualan Brem Suling Istimewa Madiun atau melalui rekomendasi pihak penjual. Informan ini kemudian diminta merekomendasikan individu lain yang memiliki karakteristik serupa, khususnya dalam hal pengalaman mengonsumsi produk brem tanpa label halal

⁹⁶ Asrulla, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. *Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 7(3) (2023).

⁹⁷ Kusumajanti Kusumajanti, Syarifuddin Syarifuddin, Henny Sanulita, Gopur Gopur. 'Metodologi Penelitian Kualitatif :: Teori Dan Paradigma Baru Bidang Ilmu Sosial' (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023). 24.

dan tingkat kesadaran terhadap prinsip-prinsip syariah dalam konsumsi. Rantai rekomendasi ini terus berkembang secara bertahap, hingga peneliti mencapai titik jenuh data (*data saturation*), yaitu ketika wawancara tambahan tidak lagi memberikan informasi baru yang signifikan untuk dianalisis.

Informan kunci pada penelitian ini adalah Konsumen Muslim yang secara aktif mengonsumsi Brem Suling Istimewa Madiun, sadar akan isu kehalalan produk, dan memiliki kepedulian terhadap kepatuhan syariah dalam praktik konsumsi. Adapun informan pendukung atau informan tambahan dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang tidak termasuk dalam kelompok konsumen utama, namun memiliki informasi relevan dan kontekstual yang dapat mendukung pemahaman peneliti yaitu Pelaku usaha Brem Suling Istimewa Madiun.

D. Teknik pengumpulan data

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang paling umum digunakan dalam penelitian kualitatif.⁹⁸ Wawancara dilakukan secara langsung oleh peneliti kepada produsen brem dan konsumen di Kabupaten Madiun. Wawancara ini bersifat semi-terstruktur dengan format yang fleksibel, di mana panduan pertanyaan telah disiapkan sebagai acuan untuk memudahkan peneliti dalam menggali informasi yang mendalam. Proses wawancara dilaksanakan dalam suasana yang santai dan interaktif, memungkinkan peneliti untuk memperoleh wawasan yang spesifik mengenai pengalaman, persepsi, dan pendapat produsen serta konsumen terkait kepercayaan terhadap produk brem tanpa sertifikasi halal, upaya produsen dalam memastikan kehalalan, serta dampaknya terhadap penjualan.

2. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengamati secara langsung proses produksi,

⁹⁸ Annisa Rizky Fadilla And Putri Ayu Wulandari, 'Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan', *Mitita Jurnal Penelitian*, 1.No 3 (2023), 34–46.

aktivitas pemasaran, serta interaksi antara produsen dan konsumen brem di Kabupaten Madiun.⁹⁹ Peneliti melakukan kunjungan ke lokasi produksi dan penjualan brem untuk mencatat kegiatan yang relevan, seperti cara pembuatan brem, kebersihan lingkungan produksi, dan strategi promosi yang digunakan. Observasi dilakukan dengan menggunakan lembar panduan yang telah disiapkan untuk memastikan semua aspek penting tercatat. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh data autentik dan mendalam tentang praktik nyata yang dilakukan oleh produsen dalam memastikan kehalalan produk serta respons konsumen terhadap produk brem tanpa sertifikasi halal.¹⁰⁰

Proses penentuan informan diawali dengan informan kunci pertama yang telah dikenali melalui observasi awal di lokasi penjualan Brem Suling Istimewa Madiun atau melalui rekomendasi pihak penjual. Informan ini kemudian diminta merekomendasikan individu lain yang memiliki karakteristik serupa, khususnya dalam hal pengalaman mengonsumsi produk brem tanpa label halal dan tingkat kesadaran terhadap prinsip-prinsip syariah dalam konsumsi. Rantai rekomendasi ini terus berkembang secara bertahap, hingga peneliti mencapai titik jenuh data (data saturation), yaitu ketika wawancara tambahan tidak lagi memberikan informasi baru yang signifikan untuk dianalisis

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang mendukung penelitian ini yang mencakup dokumen, foto.

E. Analisis data

Data yang terkumpul dari lapangan selanjutnya dianalisis menggunakan pendekatan analisis deskriptif kualitatif. Proses pengolahan data dilakukan dalam tiga langkah, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan. Data diperoleh melalui wawancara dengan produsen brem serta konsumen brem suling istimewa madiun. Proses

⁹⁹ Abdul Nasir And Others, 'Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif 1', *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3.5 (2023), 4445–51 <<https://J-Innovative.Org/Index.Php/Innovative%0apendekatan>>.

¹⁰⁰ Rizky Fadilla And Ayu Wulandari.

pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses pemilihan dan pemfokusan perhatian untuk menyederhanakan data mentah yang dikumpulkan dari lapangan. Proses ini dilakukan oleh peneliti secara terus-menerus sejak awal hingga akhir pengumpulan data.¹⁰¹ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan proses reduksi data yang berkaitan dengan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk brem tanpa sertifikasi halal yang diproduksi di Kabupaten Madiun, upaya yang dilakukan oleh produsen brem di daerah tersebut untuk memastikan kehalalan produk guna meningkatkan kepercayaan konsumen, serta dampak kepercayaan konsumen terhadap omzet penjualan produk brem tanpa sertifikasi halal di Kabupaten Madiun.

2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi yang relevan dari keseluruhan data yang ada, lalu menyajikannya dalam inti pembahasan berdasarkan temuan penelitian lapangan.¹⁰² Data yang diperoleh akan diperiksa tingkat validitasnya dan kemudian dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif. Penarikan kesimpulan Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui wawancara yang dilakukan dengan produsen brem serta konsumen brem suling istimewa madiun terkait kepercayaan konsumen terhadap produk brem tanpa sertifikasi halal.¹⁰³

3. Verifikasi/validasi data

Langkah selanjutnya dalam analisis data adalah verifikasi atau validasi data.¹⁰⁴ Dalam konteks ini berkaitan dengan memastikan bahwa data yang dikumpulkan mengenai upaya produsen brem di Kabupaten Madiun untuk

¹⁰¹ Syahrial Hasibuan And Others, *Media Penelitian Kualitatif, Jurnal Equilibrium*, 2022, V <[Http://Belajarpsikologi.Com/Metode-Penelitian-Kualitatif/](http://Belajarpsikologi.Com/Metode-Penelitian-Kualitatif/)>.

¹⁰² Ayuliamita M. Afdhal, Komang, Ningsi, Nini, Iin, *Metode Penelitian Kualitatif: Panduan Praktis Untuk Analisis Data Kualitatif Dan Studi Kasus* (Jambil: Pt. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023). 54

¹⁰³ Ibid.,

¹⁰⁴ M. Afdhal, Komang, Ningsi, Nini, Iin. 110

memastikan kehalalan produk, serta dampak kepercayaan konsumen terhadap omzet penjualan brem tanpa sertifikasi halal, adalah sah dan dapat dipercaya. Proses ini penting untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh dari berbagai sumber seperti produsen brem, staf, dan konsumen—benar-benar mencerminkan kondisi yang ada di lapangan.¹⁰⁵

Dalam hal ini, verifikasi dilakukan dengan cara membandingkan data dari berbagai narasumber, seperti produsen brem, staf produksi, dan konsumen yang menggunakan produk tersebut. Peneliti akan memeriksa apakah ada konsistensi dalam informasi yang diperoleh, khususnya terkait dengan upaya produsen dalam memastikan kehalalan produk dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen.

4. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah proses merumuskan kesimpulan dari data yang telah direduksi dan disajikan dalam bentuk naratif deskriptif. Kesimpulan ini dibuat dengan pola induktif, di mana kesimpulan umum diambil berdasarkan data spesifik yang telah dianalisis.¹⁰⁶ Dalam konteks penelitian ini, peneliti menganalisis data spesifik terkait dengan kepercayaan konsumen terhadap produk brem tanpa sertifikasi halal, kemudian Menyusun kesimpulan secara umum terkait omzet penjualan produk brem tanpa sertifikasi halal di Kabupaten Madiun.¹⁰⁷

F. Teknik pengecekan data

Keabsahan data merujuk pada upaya untuk meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap data yang dikumpulkan.¹⁰⁸ Konsep ini sangat penting dan berkembang dari konsep validitas dan reliabilitas. Dengan melakukan pengecekan keabsahan data secara cermat, peneliti dapat memastikan bahwa hasil penelitiannya dapat dipertanggungjawabkan dari berbagai aspek. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi, yaitu metode untuk

¹⁰⁵ Universitas Nurul Huda, 'Oleh: Mukhamad Fathoni, M.Pd.I.', 2023.

¹⁰⁶ M. Zakariah M. Askari Zakariah, Vivi Afriani, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research And Development (R And D)* (Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka, 2020). 6

¹⁰⁷ Ibid., 7

¹⁰⁸ Hasibuan And Others, V. 35

menguji keabsahan data yang diperoleh dari berbagai sumber, metode, dan waktu. Oleh karena itu, ada beberapa pendekatan untuk menguji keabsahan data melalui triangulasi sumber, metode, dan waktu.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara memeriksa data melalui konfirmasi kepada berbagai narasumber, yaitu produsen brem, dan konsumen yang membeli produk brem. Peneliti menganalisis data dari berbagai sumber untuk mencapai kesimpulan yang sah.¹⁰⁹ Setelah itu, peneliti memverifikasi data untuk memastikan kesesuaian dengan beberapa sumber yang ada. Dalam konteks penelitian ini, peneliti memeriksa data dari produseb brem dan serta konsumen melalui wawancara, guna memastikan keabsahan jawaban yang diberikan oleh narasumber.¹¹⁰

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode dilakukan dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data yang berbeda untuk meningkatkan keandalan dan validitas temuan penelitian.¹¹¹ Peneliti dapat memadukan wawancara, observasi, atau dokumentasi sebagai metode yang berbeda untuk memperoleh data yang lebih komprehensif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara dan observasi sebagai bagian dari triangulasi metode. Dengan menggabungkan kedua teknik ini, peneliti dapat membandingkan dan mengonfirmasi temuan yang ada untuk memastikan keakuratan dan konsistensi data yang diperoleh.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu dilakukan dengan mengumpulkan data pada waktu yang berbeda untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas data. Peneliti dapat melakukan wawancara, observasi, atau menggunakan teknik lain pada situasi yang berbeda. Jika hasil pengujian menunjukkan perbedaan data, maka pengujian diulang untuk memverifikasi keakuratan data. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan narasumber pada waktu yang berbeda

¹⁰⁹ Ibid., 35

¹¹⁰ M. Afdhal, Komang, Ningsi, Nini, Iin. 42

¹¹¹ M. Afdhal, Komang, Ningsi, Nini, Iin.

dengan menggunakan pertanyaan yang sama, termasuk percakapan informal pada berbagai kesempatan. Tujuan dari triangulasi waktu ini adalah untuk memperkuat keabsahan data yang diperoleh dari produsen brem serta konsumennya.

G. Interpretasi data

Interpretasi data dalam penelitian ini merupakan langkah krusial untuk memahami makna dan implikasi dari data yang telah terkumpul. Proses ini melibatkan peneliti dalam memberikan penjelasan yang lebih mendalam mengenai temuan yang diperoleh, dengan merujuk pada teori yang relevan, konteks penelitian, dan tujuan penelitian itu sendiri. Setelah data dianalisis dan disajikan, langkah selanjutnya adalah menghubungkan hasil temuan tersebut dengan kerangka teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya.

Interpretasi data dilakukan dengan cara melihat hubungan antara upaya produsen brem di Kabupaten Madiun untuk memastikan kehalalan produk dan dampaknya terhadap kepercayaan konsumen serta omzet penjualan produk brem tanpa sertifikasi halal. Peneliti mengidentifikasi pola-pola yang muncul dalam wawancara dan dokumentasi, serta menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas upaya produsen dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk brem. Hasil wawancara dengan produsen dan konsumen akan diinterpretasikan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana tindakan yang diterapkan dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan kehalalan produk.

Selanjutnya, peneliti membandingkan temuan yang ada dengan literatur yang relevan untuk melihat apakah temuan tersebut mendukung atau bertentangan dengan teori dan penelitian sebelumnya. Interpretasi ini juga mempertimbangkan konteks lokal di Kabupaten Madiun, termasuk karakteristik pasar, tantangan yang dihadapi oleh produsen brem, serta bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi upaya produsen dalam memastikan kehalalan produk. Dengan langkah ini, peneliti berusaha untuk menyusun pemahaman yang lebih komprehensif mengenai upaya produsen brem dalam memastikan kehalalan produk dan implikasinya terhadap kepercayaan konsumen, serta memberikan

rekomendasi praktis yang dapat digunakan oleh produsen brem untuk meningkatkan efektivitas strategi mereka dalam meningkatkan omzet penjualan di masa depan.



BAB IV

KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK BREM TANPA LABEL HALAL PADA BREM SULING ISTIMEWA MADIUN

A. Gambaran Umum Produsen Brem di Kabupaten Madiun

1. Sejarah Produsen Brem Suling Istimewa Kabupaten Madiun

Brem adalah makanan khas Kabupaten Madiun yang terbuat dari beras ketan putih yang difermentasi untuk diambil sarinya. Melihat potensi ekonomi dari produk ini, masyarakat Kabupaten Madiun mulai memanfaatkannya sebagai peluang bisnis. Salah satunya adalah produsen Brem Suling Istimewa, yang terletak di Desa Kaliabu RT.22 RW.05 Kecamatan Mejayan, Kabupaten Madiun. Usaha ini didirikan pada tahun 1979 oleh Suwadji, dengan bantuan keluarga dan beberapa karyawannya.

Pada awal berdirinya, pemasaran produk brem masih terbatas, dengan Suwadji hanya memasarkan produknya ke pengecer dan langsung kepada konsumen. Namun, seiring berjalannya waktu, usaha ini berkembang dengan baik, dan pemasaran yang semula hanya terbatas pada pengecer kini sudah menjangkau toko grosir di dalam dan luar kota. Bahkan, banyak pembeli dari luar pulau yang memesan brem Suwadji, berkat penggunaan media sosial sebagai strategi pemasaran.¹¹²

Proses pembuatan brem oleh Suwadji memakan waktu sekitar 14 hari, dengan pengemasan yang dilakukan dalam satu hari karena saat ini memasuki musim hujan, proses pembuatan brem lebih lama dari musim panas. Setiap kali produksi, Suwadji dapat menghasilkan antara 3.000 hingga 5.000 keping brem, yang kemudian dikirimkan kepada pemesan. Untuk setiap produksi, digunakan 1 kwintal beras ketan yang dibeli dari petani setempat. Seiring dengan perkembangan bisnisnya, pada tahun 2020, Suwadji mendaftarkan produknya ke Dinas Kesehatan (DINKES) Kabupaten Madiun untuk memperoleh legalitas usaha berupa sertifikat P-IRT (Produksi Pangan Industri Rumah Tangga).¹¹³

¹¹² Suwadji, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025.

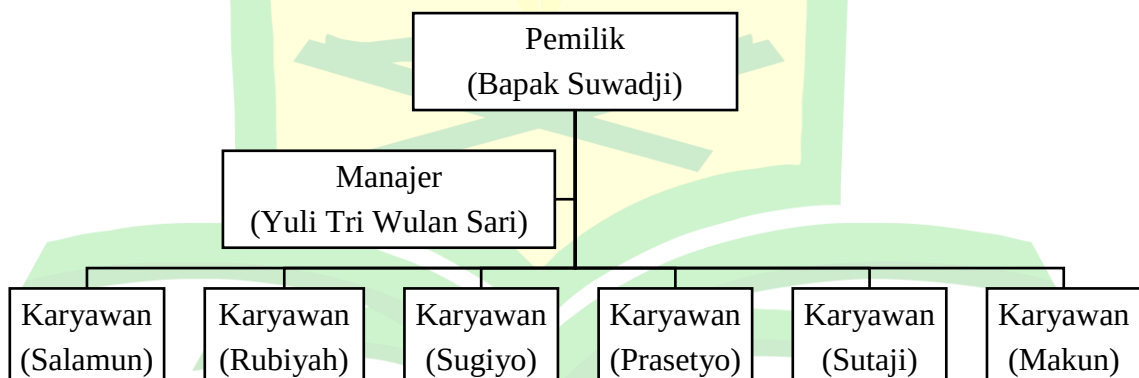
¹¹³ Suwadji, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025.

2. Lokasi Produksi Brem Suling Istimewa Kabupaten Madiun

Produksi Brem Suling istimewa dan Suling Gading Alami berlokasi di Desa Kaliabu, Kecamatan Mejayan, Kabupaten Madiun, yang dikenal sebagai pusat penghasil brem. Kawasan ini dikelilingi oleh pemukiman penduduk yang juga terlibat dalam produksi brem. Suwadji, sebagai salah satu warga desa Kaliabu, memilih untuk mengadu nasib melalui pengolahan brem dan kini menjadi produsen brem. Selain memproduksi brem, Suwadji juga memasarkan dan menjual produknya baik di wilayah Madiun maupun di luar pulau, menjaga kualitas dan cita rasa autentik brem yang sudah terkenal di kawasan tersebut.¹¹⁴

3. Struktur Organisasi Suling Istimewa Kabupaten Madiun

Gambar 4.1 Saluran Distribusi Produk Brem Suling Istimewa



Sumber: Wawancara dan Observasi

¹¹⁴ Yuli Tri Wulan Sari, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025.

4. Produk Brem Suling Istimewa Kabupaten Madiun

Table 4.1 Daftar produk brem suling istimewa

Nama produk	harga	Berat	Keterangan
Brem Original Kecil	Rp. 2.500	4 batang	Perkotak/pack
Brem Original Sedang	Rp. 5.000	3 batang	Perkotak/pack
Brem Original Besar	Rp. 10.000	5 batang	Perkotak/pack
Brem Aneka Rasa	Rp. 10.000	3 batang	Perkotak/pack
Brem Aneka Rasa	Rp. 20.000	500 gr	Pertoples

Sumber: Wawancara dan Observasi

5. Legalitas Produk Brem Suling Istimewa Kabupaten Madiun

Industri rumah tangga Brem Suling Istimewa yang dimiliki oleh Suwadji telah memperoleh Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-PIRT) dari Dinas Kesehatan Kabupaten Madiun. Berikut adalah bukti legalitasnya:

- Ijin SPP-IRT : 20635190111302-25
- Nama Industri : Brem Suling Istimewa
- Merek Produk : Brem Suling Istimewa
- Nama Produsen : Suwadji
- Alamat Usaha : Gadang, Kaliabu, Kec. Mejayan, Kab. Madiun
- Bahan : Sari Tape Ketan
- Kemasan produk : Plastik

SPP-PIRT merupakan jaminan resmi yang diberikan oleh Bupati atau Walikota kepada produk pangan yang dihasilkan oleh Industri Rumah Tangga Pangan (IRTP) yang telah memenuhi persyaratan untuk peredaran pangan di wilayah tersebut.¹¹⁵

Jenis pangan yang diperbolehkan untuk memperoleh SPP-PIRT sesuai dengan

¹¹⁵ Reza Tipani, Zeby Melani Afriyanti, Lia Susanti, Puput Syakila, Jhodi Adi Sihamat, Delvi Lavania, dan Desy Yuliana Dalimunthe, 'Pendampingan pembuatan nomor induk berusaha untuk pengembangan UMKM melalui *online single submission* (OSS) di Kelurahan Surya Timur, Kabupaten Bangka, 'Dharma Pengabdian Perguruan Tinggi (DEPATI), Volume 3, Nomor 2, Tahun 2023

Lampiran II Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 22 Tahun 2018 meliputi berbagai produk olahan seperti daging kering, ikan kering, unggas kering, sayur kering, kelapa, tepung dan hasil olahan tepung, minyak, lemak, selai, gula, kembang gula, madu, kopi, teh kering, bumbu, buah, biji-bijian, kacang-kacangan, umbi, serta minuman serbuk.

Produk yang memperoleh SPP-PIRT harus merupakan hasil produksi IRTP di Indonesia, bukan produk impor. Produk pangan yang telah memiliki SPP-PIRT dalam ukuran besar dan kemudian dikemas kembali juga dapat memenuhi syarat untuk mendapatkan sertifikasi ini.¹¹⁶

Usaha Brem Suling Istimewa telah memperoleh SPP-PIRT dengan kategori tepung dan hasil olahan tepung. Sertifikat ini hanya memberikan izin untuk menjalankan operasional industri terkait dan tidak mengatur mengenai status halal atau haram produk tersebut. Oleh karena itu, meskipun memiliki SPP-PIRT, Suwadi perlu memperoleh Sertifikat Halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) agar produk yang dihasilkan memenuhi standar halal sesuai dengan hukum Islam. Namun, sampai saat ini, industri rumah tangga Brem Suling Istimewa milik Suwadi belum memperoleh Sertifikat Halal dari MUI, seperti yang dijelaskan oleh Yuli.

“bapak sudah mendaftarkan usaha Brem Suling Istimewa ke Dinas Kesehatan Kabupaten Madiun untuk mendapatkan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-PIRT). Tapi untuk Sertifikat Halal dari MUI, kami masih dalam proses. Dulu, kami sempat tertunda mendaftar untuk Sertifikat Halal karena ada kendala finansial, soalnya biayanya cukup tinggi. Tapi sekarang sudah ada keringanan biayanya, jadi kami sudah mulai mengurus Sertifikat Halal untuk produk Brem kami”.¹¹⁷

¹¹⁶ ‘Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (Spp-Pirt)’.

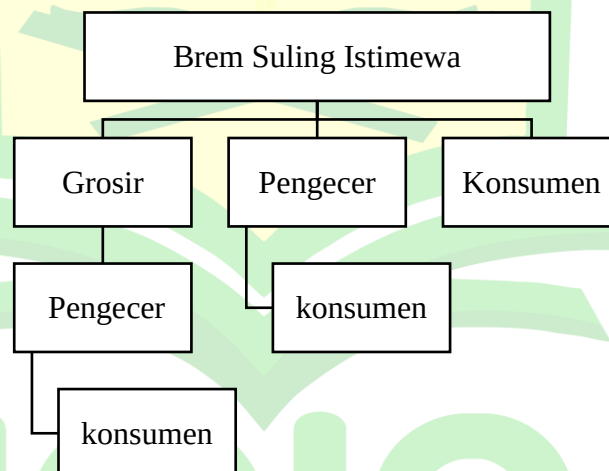
¹¹⁷ Yuli Tri Wulan Sari, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025.

Gambar 4.2 Produk Brem Suling Istimewa



6. Distribusi Produk Brem Suling Istimewa Kabupaten Madiun

Gambar 4.3 Saluran Distribusi Produk Brem Suling Istimewa



Sumber: Wawancara dan Observasi

Dari gambar diatas menjelaskan bahwa produk Brem Suling Istimewa mengikuti model distribusi tiga saluran, yaitu grosir, pengecer, dan konsumen. Pada tahap pertama, grosir berfungsi sebagai perantara antara produsen dan pengecer.¹¹⁸ Grosir membeli produk dalam jumlah besar dari produsen, yang memungkinkan

¹¹⁸ Yuli Tri Wulan Sari, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025.

efisiensi dalam proses distribusi dan mengurangi biaya transaksi antara produsen dan pengecer. Kedua, kemudian pengecer berperan sebagai perantara kedua yang mendistribusikan produk dari grosir kepada konsumen, dengan menyediakan akses langsung ke konsumen akhir melalui berbagai saluran ritel. Dalam model distribusi ini, pengecer juga dapat berperan dalam meningkatkan kesadaran merek serta memberikan layanan tambahan seperti promosi dan penawaran khusus yang meningkatkan daya tarik produk bagi konsumen. Ketiga, langsung didistribusikan produsen ke konsumen melalui platform jual beli online dan konsumen datang langsung ke tempat produksi ¹¹⁹

Proses distribusi ini mencerminkan strategi pemasaran yang memfokuskan pada pengelolaan hubungan dengan perantara distribusi yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, model distribusi yang terdiri dari grosir dan pengecer ini juga dapat mempengaruhi aspek-aspek lain dari rantai pasokan, seperti pengendalian persediaan, pengelolaan biaya logistik, dan pengoptimalkan titik distribusi. Secara keseluruhan, bagan ini mengilustrasikan struktur distribusi yang terorganisir untuk memastikan bahwa produk dapat dijangkau oleh konsumen dengan cara yang efisien dan sesuai dengan permintaan pasar.

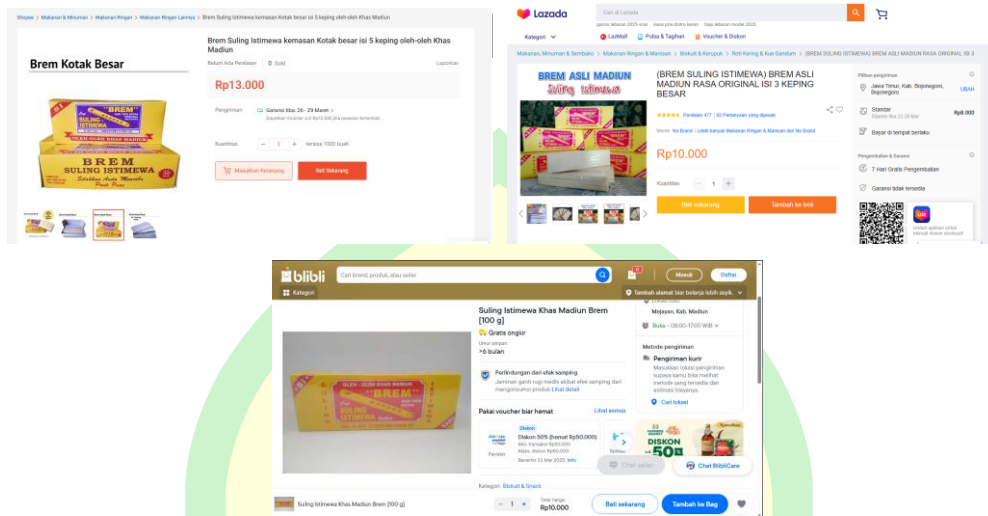
7. Pemasaran dan Promosi

Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, pemasaran produk Brem milik Bapak Suwadji kini tidak terbatas pada metode tradisional, seperti bertemu langsung dengan pembeli. Selain itu, beliau juga memanfaatkan platform e-commerce seperti Lazada, Tokopedia, dan Shopee sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pasar. ¹²⁰

¹¹⁹ Yuli Tri Wulan Sari, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025.

¹²⁰ Yuli Tri Wulan Sari, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025.

Gambar 4.4 Platform E-Commerce Produk Brem Suling Istimewa



Penggunaan marketplace ini memungkinkan bapak Suwadji untuk memasarkan produk Brem secara lebih efisien dan efektif, tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Hal ini membuka peluang untuk menjangkau konsumen dari berbagai daerah di Indonesia, bahkan memungkinkan produk Brem untuk dipasarkan ke pasar internasional. Dengan strategi ini, Suwadji dapat memanfaatkan perkembangan digital untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperbesar potensi penjualan, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan melalui berbagai saluran online yang tersedia. Pemanfaatan teknologi dalam pemasaran ini tidak hanya meningkatkan aksesibilitas produk, tetapi juga membantu dalam membangun citra merek yang lebih modern dan mudah dijangkau oleh konsumen dari berbagai kalangan.

8. Permodalan

Usaha brem suling istimewa milik bapak suwadji ini merupakan usaha perseorangan. Modal usaha berasal dari dana pribadi tanpa adanya pinjaman dari lembaga keuangan. Dalam mengelola keuangan, Suwadji dibantu oleh istrinya Djariyah,¹²¹ dengan menggunakan metode yang sederhana. Transaksi penjualan dicatat dalam buku untuk menghitung modal yang dikeluarkan, pendapatan dari penjualan, serta laba bersih yang diperoleh.

¹²¹ Djariyah, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025.

Tabel 4.2 Laporan Keuangan Brem Suling Istimewa per 31 Januari 2025

Tanggal	Deskripsi	Debit	Kredit
31/01/2024	Pendapatan Dari Penjualan Brem	Rp. 23,000,000	
31/01/2024	Biaya Bahan Baku		Rp 4,000,000
31/01/2024	Biaya Tenaga Kerja		Rp 4,500,000
31/01/2024	Biaya Bahan Bakar		Rp 1,050,000
31/01/2024	Biaya Transportasi		Rp 2,100,000
	Total		Rp 11,650,000
31/01/2024	Laba Bersih	Rp 11,350,000	

Laporan keuangan Brem Suling Istimewa per tanggal 31 Januari 2025 menunjukkan total pendapatan dari penjualan Brem sebesar Rp 23.000.000. Pengeluaran utama terdiri dari biaya bahan baku sebesar Rp 4.000.000, biaya tenaga kerja sebesar Rp 4.500.000, biaya bahan bakar sebesar Rp 1.050.000, dan biaya transportasi sebesar Rp 2.100.000, yang totalnya mencapai Rp 11.650.000. Setelah dikurangi dengan total biaya, laba bersih yang diperoleh usaha ini adalah Rp 11.350.000. Laporan ini menggambarkan bahwa meskipun terdapat biaya operasional, usaha Brem Suling Istimewa berhasil menghasilkan keuntungan yang signifikan pada bulan tersebut.

9. Pengelolaan sumber daya manusia

Usaha Brem Suling Istimewa milik Bapak Suwadji dikelola dengan tim kecil yang terdiri dari 6 orang karyawan, belum termasuk pemilik usaha dan manager. Pemilik usaha, yaitu Suwadji, dan yang bertanggung jawab atas seluruh kegiatan usaha yaitu Yuli, anak dari bapak Suwadji. Karyawan yang ada memiliki tugas yang terbagi, yakni dua orang di bagian produksi, dua orang di pengemasan, dua orang di distribusi, dan administrasi diurus oleh istri dari bapak Suwadji. Sistem penggajian yang diterapkan adalah harian, dengan rentang gaji antara Rp 50.000

hingga Rp 100.000 per hari,¹²² tergantung pada jenis pekerjaan dan keterampilan. Jam kerja ditetapkan dari 08.00 hingga 16.00 WIB setiap hari. Untuk pengelolaan SDM, pelatihan diberikan secara sederhana, terutama dalam aspek produksi dan pengemasan, yang langsung dilakukan oleh Bapak Suwadji sebagai pemilik usaha. pelatihan lebih lanjut untuk meningkatkan kualitas dan keterampilan karyawan.

B. Paparan Data/Temuan Data Lapangan

Berdasarkan data observasi dan wawancara dengan beberapa konsumen Brem yang ada di Madiun. Dalam data wawancara ini, konsumen menjelaskan berbagai faktor yang memengaruhi keputusan mereka, mulai dari konsistensi rasa dan kualitas yang terjaga, hingga kepercayaan terhadap bahan-bahan alami yang digunakan dalam proses produksi. Meskipun produk ini tidak mencantumkan label halal pada kemasannya, pelanggan tetap merasa yakin dengan kualitasnya. Berdasarkan wawancara ini, diperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai preferensi pelanggan dan alasan utama yang mendasari pilihan mereka, serta bagaimana pengalaman positif yang konsisten telah membentuk kepercayaan dan loyalitas mereka terhadap produk brem ini.

Kepercayaan terhadap kualitas produk yang konsisten menjadi faktor penting bagi rumah industri Brem Suling Istimewa dalam menjalin hubungan dengan pengecer dan grosir. Para pengecer yang menjual produk ini merasa yakin bahwa kualitas dan rasa Brem Suling Istimewa tidak akan berubah dari waktu ke waktu, yang memberi mereka rasa aman dalam menawarkan produk kepada pelanggan mereka. Seperti yang diungkapkan oleh karyawan salah satu toko grosir.

“Kami sudah lama kerja bareng dengan Brem Suling Istimewa, jadi kami tahu banget gimana proses produksinya. Kami pilih pakai kemasan sendiri supaya produk tetap segar dan kualitasnya terjaga pas sampai ke tangan konsumen. Kami juga yakin, konsumen yang beli Brem di toko kami udah percaya sama produk ini, karena mereka tahu rasanya selalu enak dan kualitasnya nggak pernah berubah”¹²³

Mbak Wulan menambahkan,

“kualitas brem ini nggak pernah berubah, dan itu penting banget buat kami sebagai penjual. Setiap kali kami terima pasokan, kami tahu kualitasnya pasti

¹²² Suwadji, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025.

¹²³ Wulan, ‘Wawancara’ Madiun, 22 Februari 2025

oke, jadi kami nggak ragu untuk jual ke konsumen. Konsistensi kualitas yang terjaga ini bikin kami dan pengecer lain semakin percaya sama produk ini, sehingga Brem Suling Istimewa selalu ada di pasaran dengan reputasi yang bagus”¹²⁴

Konsumen online yang memiliki user bernama Warga Surabaya¹²⁵ menjadi langganan di brem suling istimewa mengatakan “Sudah 3 thn langganan dg Brem Suling Istimewa....krn rasa nya memang maknyuss”.

Beberapa konsumen lainnya memberikan tanggapan mereka tentang produk brem suling istimewa:

“Wenak bos nagih bremnya. Bisa buat langganan kalo lagi ngidam brem”¹²⁶ Singgih Prasetiyo

“Brem paling enak harga juga lmyan murah kualitas ok gak kecewa beli disini lagi”¹²⁷ Cahyo Januarko

“Bremnya enak, harga murah banget, pokoknya TOP BGT deh”¹²⁸ Diah Novita

“Rasa brem yang khas, enak dan wajib buat oleh2 kalo dari madiun”¹²⁹ Khabib Ilham

“Beli ini buat oleh oleh dikirim ke kampung aku”¹³⁰ Halimatus

Wawancara serta Observasi ini menjelaskan bagaimana konsistensi rasa dan kualitas produk Brem Suling Istimewa menjadi faktor kunci bagi toko grosir dalam mempertahankan dan memperluas jaringan distribusinya. Di lapangan, toko grosir yang mengungkapkan bahwa mereka selalu menerima pasokan Brem dengan kualitas yang tidak berubah, yang memberi mereka rasa aman dalam menjual produk ini kepada konsumen. Hal ini sangat penting mengingat dalam industri makanan dan oleh-oleh, konsumen sangat mengutamakan rasa dan kualitas yang konsisten.

Fenomena ini menunjukkan bahwa toko grosir maupun konsumen online merasa yakin dengan produk yang mereka jual karena kualitasnya yang terjaga, sehingga mereka tidak ragu pada produk ini. Selain itu, kepercayaan yang

¹²⁴ Wulan, ‘Wawancara’ Madiun, 22 Februari 2025

¹²⁵ Warga Surabaya, ‘Observasi’, 23 Februari 2025.

¹²⁶ Singgih Prasetiyo, ‘Observasi’, 23 Februari 2025.

¹²⁷ Cahyo Januarko, ‘Observasi’, 23 Februari 2025.

¹²⁸ Diah Novita, ‘Observasi’, 23 Februari 2025.

¹²⁹ Khabib Ilham, ‘Observasi’, 23 Februari 2025.

¹³⁰ Halimatus, ‘Observasi’, 23 Februari 2025.

terbangun dari konsistensi kualitas ini memperkuat loyalitas pengecer dan grosir, yang pada akhirnya memastikan bahwa Brem Suling Istimewa terus tersedia di pasar dengan reputasi yang kuat. Dalam penelitian ini, dapat dilihat bahwa kualitas produk yang konsisten memiliki peran penting dalam menjaga hubungan yang baik antara produsen, pengecer, dan konsumen, serta membentuk sebuah ekosistem bisnis yang saling menguntungkan.

Salah satu konsumen yang diwawancarai mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih percaya pada produk yang dijual oleh toko grosir yang sudah lama berbisnis, terutama yang memiliki hubungan baik dan jangka panjang dengan produsen seperti Brem Suling Istimewa. Menurut mereka, rasa percaya ini muncul karena mereka sudah mengenal reputasi toko grosir tersebut, yang telah terbukti menjual produk-produk berkualitas selama bertahun-tahun. Banyak konsumen yang merasa lebih aman dan nyaman berbelanja di tempat yang sudah mereka kenal, karena ada keyakinan bahwa toko tersebut selalu memilih produk yang terpercaya dan berkualitas tinggi. Seperti yang dikatakan salah satu konsumen di toko grosir oleh-oleh di Madiun:

“Sebenarnya, saya tidak tau mbak brem ini sudah bersertifikat halal atau belum dari rumah industrinya. Tapi saya sudah sering beli brem disini, karena saya percaya kalau brem yang dijual disini pasti halal karena sudah sering beli. Saya juga yakin mba pasti toko grosir ini ambil barang pasti berkualitas. Soal e bremnya juga enak mba. Kalau saya lebih senang beli disini karena sudah lama berlangganan disini”¹³¹

Dari wawancara singkat diatas yang menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung memilih produk yang sudah lama ada di pasaran dan telah terbukti memiliki kualitas yang konsisten, meskipun produk tersebut tidak memiliki sertifikasi halal. Beberapa konsumen bahkan mengakui bahwa meskipun mereka tidak tahu Brem Suling Istimewa sudah memiliki sertifikasi halal atau belum, mereka tetap membeli produk tersebut karena mereka percaya pada penjual yang sudah mereka kenal. Menurut mereka, toko grosir yang memiliki hubungan yang sudah terjalin lama dengan produsen tentu sudah memiliki pengetahuan lebih dalam

¹³¹Ghea, ‘Wawancara’, Madiun, 22 Februari 2025

mengenai kualitas dan proses produksi produk yang mereka jual. Hal ini mengurangi keraguan yang biasanya muncul ketika membeli produk baru yang belum mereka ketahui.

Konsumen merasa bahwa loyalitas dan hubungan jangka panjang yang dibangun oleh toko grosir dengan produsen menciptakan rasa aman, karena mereka yakin bahwa toko tersebut hanya akan menjual produk yang telah diuji dan terbukti baik kualitasnya. Kepercayaan ini tentu saja menjadi nilai tambah bagi produsen dan toko grosir, karena meskipun ada kekhawatiran dari sebagian konsumen Muslim mengenai status halal, konsumen tetap memilih produk tersebut berdasarkan hubungan dan kepercayaan yang telah terbentuk selama bertahun-tahun. Ini menunjukkan bahwa dalam konteks bisnis, faktor hubungan jangka panjang dan reputasi toko grosir dapat mengimbangi beberapa kekhawatiran yang muncul terkait aspek teknis seperti sertifikasi halal. Ibu Ana¹³² menambahkan:

“Sebenarnya, saya udah cukup percaya sama kualitas brem disini mba. Tapi kalau ada sertifikasi halal, pasti lebih ngerasa tenang. Karena kan sekarang banyak makanan yang dijual bebas belum ada label halalnya. Ini juga bukan cuma buat saya, tapi juga buat keluarga dan temen-temen yang mungkin lebih perhatian sama status label halal. Kalau udah ada sertifikasi, saya nggak bakal ragu lagi buat beli, dan pastinya juga bisa bantu penjual biar lebih dipercaya konsumen lainnya.”

Meskipun faktor hubungan dan reputasi ini sangat penting, tetap saja konsumen berharap produsen untuk segera memperoleh sertifikasi halal, agar kepercayaan mereka semakin kuat dan tidak ada keraguan lebih lanjut. Dengan adanya sertifikasi halal, produsen tidak hanya memperkuat loyalitas konsumen yang sudah ada, tetapi juga membuka peluang untuk menarik konsumen baru yang lebih memperhatikan aspek tersebut.

C. Analisis Data

Berdasarkan data yang telah disampaikan, peneliti melakukan analisis dengan menghubungkan wawancara dan observasi yang dilakukan dengan teori

¹³² Ana, ‘Wawancara’, Madiun, 22 Februari 2025

kepercayaan konsumen. Di bawah ini adalah analisis yang mengaitkan wawancara dan observasi dengan teori yang relevan:

1. Kepercayaan Konsumen Terhadap Kualitas Produk

Menurut teori yang dijelaskan oleh Mayer, Davis, & Schoorman¹³³ kepercayaan konsumen dibentuk oleh tiga faktor utama: kemampuan, kebaikan hati, dan integritas. dalam konteks Brem Suling Istimewa, faktor kemampuan sangat penting dalam membangun kepercayaan ini. Pertama, Kemampuan di sini merujuk pada kemampuan perusahaan untuk menjaga kualitas produk secara konsisten, yang telah terbukti melalui pengalaman konsumen dan pengecer. Seperti yang disebutkan oleh beberapa konsumen dan pengecer, seperti Mbak Wulan dan Singgih Prasetyo, kualitas produk Brem Suling Istimewa selalu terjaga, tanpa ada perubahan signifikan dalam rasa dan kualitasnya dari tahun ke tahun. Hal ini menjadi faktor utama yang membentuk rasa percaya yang mendalam terhadap produk ini.

Pengecer seperti Mbak Wulan mengungkapkan bahwa mereka tidak ragu untuk menjual Brem karena mereka tahu kualitasnya akan selalu bagus setiap kali pasokan datang. "Kualitas Brem ini nggak pernah berubah, dan itu penting banget buat kami sebagai penjual," kata Mbak Wulan. Ungkapan ini mencerminkan betapa pentingnya konsistensi dalam menjaga kualitas produk untuk menciptakan rasa aman dan kenyamanan bagi para pengecer. Hal ini juga menunjukkan bahwa kemampuan Brem Suling Istimewa untuk mempertahankan kualitas produk yang terjaga telah membangun hubungan yang saling menguntungkan antara produsen dan pengecer. Pengecer merasa yakin bahwa konsumen yang datang ke toko mereka akan selalu mendapatkan produk dengan kualitas yang mereka harapkan, sehingga tidak ada keraguan untuk melanjutkan penjualan.

Bukan hanya pengecer, beberapa konsumen juga merasakan hal yang sama. Singgih Prasetyo, seorang konsumen yang sudah langganan selama beberapa tahun, menyatakan, "Wenak bos nagih bremnya. Bisa buat langganan kalo lagi

¹³³ James H. Davis And F. David Schoorman Source Roger C. Mayer, 'An Integrative Model Of Organizational Trust Author', *Academy Of Management Review*, 30 (3) (1995), 709–34.

ngidam Brem." Kepercayaan yang berkembang dari pengalaman positif yang konsisten ini memperlihatkan bahwa kemampuan Brem Suling Istimewa untuk memenuhi harapan konsumen berperan besar dalam menciptakan loyalitas dan menjaga hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Kedua, kebaikan hati juga memainkan peran dalam membentuk kepercayaan ini. Konsumen dan pengecer yang sudah lama mengenal produk ini percaya bahwa Brem Suling Istimewa bertindak dengan niat baik dalam memberikan produk berkualitas yang sesuai dengan harapan mereka.¹³⁴ Mereka merasa yakin karena perusahaan ini tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan pengecer. Ini tercermin dari pengakuan salah satu konsumen yang merasa lebih nyaman membeli Brem dari pengecer yang sudah lama bekerja sama dengan produsen, meskipun mereka belum tahu apakah produk tersebut bersertifikat halal atau tidak.

Terakhir, integritas juga terlihat jelas dalam hubungan antara produsen, pengecer, dan konsumen. Integritas ini terbangun dari komitmen Brem Suling Istimewa untuk selalu memberikan produk yang berkualitas tanpa ada penipuan atau pengurangan mutu.¹³⁵ Pengalaman positif yang berulang kali membuat konsumen dan pengecer semakin yakin bahwa produk ini dapat diandalkan, menciptakan kepercayaan yang mendalam terhadap merek ini. Bahkan, meskipun ada keraguan tentang status halal produk, banyak konsumen tetap membeli karena mereka percaya pada reputasi produsen dan pengecer yang sudah lama terbukti.

Secara keseluruhan, faktor kemampuan, kebaikan hati, dan integritas bekerja bersama untuk menciptakan rasa percaya yang mendalam di kalangan konsumen dan pengecer. Kemampuan untuk mempertahankan kualitas yang konsisten, niat baik dalam membangun hubungan jangka panjang, dan integritas dalam menjaga kualitas produk menjadi pilar utama yang mendasari kepercayaan konsumen

¹³⁴ Zhafirah.

¹³⁵ Nur Laely, 'Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel Di Kota Kediri', *Jmm17*, 3.02 (2016) <<https://doi.org/10.30996/jmm17.v3i02.802>>.

terhadap Brem Suling Istimewa.¹³⁶ Dengan demikian, perusahaan ini tidak hanya berhasil membangun kepercayaan, tetapi juga menciptakan loyalitas yang kuat di pasar.

Beberapa konsumen dan pengecer seperti Mbak Wulan dan Singgih Prasetyo menekankan bahwa mereka percaya pada kualitas Brem karena sudah lama mengenal produk ini dan merasa produk ini memiliki kualitas yang terjaga. Ini menunjukkan bahwa kemampuan Brem Suling Istimewa untuk menjaga kualitas secara konsisten membentuk dasar kepercayaan yang kuat dari konsumen dan pengecer.

2. Kepercayaan Konsumen Melalui Kebaikan Hati

Kepercayaan konsumen juga dipengaruhi oleh kebaikan hati, yang merujuk pada niat baik dari perusahaan untuk memberikan pengalaman yang saling menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat, baik itu konsumen, pengecer, maupun produsen.¹³⁷ Dalam kasus Brem Suling Istimewa, meskipun produk tersebut tidak mencantumkan label halal, banyak konsumen yang tetap memilih untuk membeli karena mereka merasa yakin dengan reputasi baik dari toko grosir yang menjualnya. Kepercayaan ini tidak hanya didasarkan pada kualitas produk, tetapi juga pada hubungan jangka panjang yang telah terjalin antara pengecer dan produsen.

Hal ini tercermin dalam wawancara dengan Ibu Ana, salah satu konsumen setia yang sudah lama berlangganan produk Brem Suling Istimewa. Meskipun produk tersebut tidak bersertifikat halal, Ibu Ana tetap memilih untuk membeli karena ia merasa nyaman dengan toko grosir yang sudah lama bekerja sama dengan produsen. "Saya sudah lama berlangganan di sini dan sudah percaya dengan produk yang mereka jual. Walaupun belum ada label halal, saya yakin toko ini hanya menjual barang berkualitas," ujar Ibu Ana.

Kebaikan hati yang dimaksud di sini adalah komitmen produsen dan pengecer untuk menjaga kualitas produk dan memastikan konsumen mendapatkan produk

¹³⁶ Mega Hasibuan and Zuhri M Nawawi, 'Peran Etika Bisnis Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen', *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 3.1 (2023), 50–68 <<https://doi.org/10.55606/jempper.v3i1.2426>>.

¹³⁷ Rafki, Parakkasi, and Sirajuddin.

yang memuaskan.¹³⁸ Toko grosir yang sudah lama menjalin hubungan dengan produsen Brem Suling Istimewa, seperti yang diceritakan oleh Ibu Ana, berperan penting dalam menjaga kepercayaan konsumen. Toko-toko ini tidak hanya menjual produk, tetapi juga berfungsi sebagai jembatan kepercayaan antara produsen dan konsumen. Konsumen merasa nyaman membeli produk dari pengecer yang mereka percayai, yang pada gilirannya memperkuat reputasi baik dari produsen Brem Suling Istimewa.

Kebaikan hati ini bukan hanya tentang niat untuk memberikan produk yang berkualitas, tetapi juga tentang bagaimana produsen dan pengecer membangun hubungan yang kuat dan saling mendukung satu sama lain. Dalam kasus Brem Suling Istimewa, kepercayaan yang diberikan konsumen terhadap pengecer yang sudah mereka kenal dan percayai menciptakan rasa aman dan kenyamanan, meskipun ada elemen ketidakpastian terkait label halal. Hal ini membuktikan bahwa kebaikan hati, yang tercermin dalam hubungan saling menguntungkan antara konsumen dan pengecer, berperan besar dalam memperkuat kepercayaan terhadap produk tersebut.

Kepercayaan yang dibangun atas dasar kebaikan hati ini juga memberi kesempatan bagi perusahaan untuk memperbaiki atau menambah aspek-aspek lain dalam produk mereka, seperti sertifikasi halal di masa depan.¹³⁹ Dengan hubungan yang sudah terjalin dengan baik, konsumen lebih cenderung memberikan kesempatan kepada produsen untuk memenuhi kebutuhan mereka, termasuk dalam hal-hal yang berkaitan dengan kepercayaan seperti sertifikasi halal

3. Integritas Dalam Bisnis

Kepercayaan konsumen juga sangat dipengaruhi oleh integritas produsen dan pengecer.¹⁴⁰ Dalam konteks Brem Suling Istimewa, meski produk ini tidak memiliki sertifikasi halal, produsen dan pengecer telah berhasil membangun

¹³⁸ Ashfa Fikriyah As Syifa' Khoirun N, Bahrul Ulum, Arvi Noviansyah, Arwhilan Tiyani, Asti Elysia P, 'Mengoptimalkan Kepatuhan Terhadap Prinsip-Prinsip Syariah Dan Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Melalui Pendampingan Sertifikasi Label Halal Pada UMKM', *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1.3 (2023).

¹³⁹ Ibid.,

¹⁴⁰ Rusnathul Amiah, Andi Elviani, and Desy Rahmawati Anwar, 'Efektivitas Sertifikasi Kepercayaan Konsumen Halal Dalam Meningkatkan', 7.2 (2024), 1560–65.

reputasi yang kuat di kalangan konsumen. Hal ini terjadi karena konsumen merasa yakin bahwa produk yang mereka beli sudah melalui proses yang baik dan dapat dipercaya. Terlebih lagi, hubungan jangka panjang antara pengecer dengan produsen menciptakan keyakinan di pihak konsumen mengenai kualitas dan keaslian produk yang ditawarkan.

Banyak konsumen yang sudah lama berbelanja di toko grosir atau pengecer yang mereka percayai, dan mereka merasa nyaman membeli Brem Suling Istimewa karena pengalaman positif mereka sebelumnya. Toko-toko tersebut, yang memiliki integritas dalam memilih produk berkualitas, memberikan jaminan tambahan kepada konsumen bahwa mereka tidak akan mengecewakan. Sebagai contoh, Ibu Ana yang telah berlangganan dengan toko grosir selama bertahun-tahun merasa yakin dengan produk yang ditawarkan meskipun produk tersebut tidak dilabeli dengan sertifikat halal.

Kepercayaan ini mengindikasikan bahwa konsumen tidak hanya mengandalkan status atau label sertifikasi seperti halal, tetapi lebih pada hubungan yang telah dibangun dengan pengecer yang dipercaya.¹⁴¹ Integritas pengecer dalam menjaga kualitas dan memberikan pelayanan yang konsisten menciptakan rasa aman dan kenyamanan bagi konsumen, yang pada akhirnya memperkuat kepercayaan mereka terhadap produk tersebut. Dengan demikian, meski terdapat kekhawatiran atau ketidakpastian terkait status halal, kepercayaan konsumen tetap terjaga karena mereka menghargai integritas dan reputasi baik yang telah terbangun selama ini antara produsen, pengecer, dan konsumen.¹⁴²

4. Pentingnya Reputasi dan Pengalaman Konsumen

Selain faktor kualitas produk yang konsisten, kerja sama yang telah terjalin lama antara Brem Suling Istimewa dengan toko grosir juga berkontribusi signifikan dalam membangun kepercayaan konsumen. Toko grosir yang telah bekerja sama dengan Brem Suling Istimewa sejak tahun 1997 memiliki peran penting dalam menjaga hubungan yang erat dan saling menguntungkan. Kerja sama jangka

¹⁴¹ Ibid.,

¹⁴² Johnny Chandra, 'Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Analisis Signifikansi Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Jasa Terhadap Keputusan Pembelian', 1.November (2023), 83–89.

panjang ini memberikan keyakinan tambahan bagi konsumen, karena mereka tahu bahwa toko grosir tersebut telah memilih dan menjual produk yang sudah terbukti kualitasnya selama bertahun-tahun.

Konsumen yang membeli Brem Suling Istimewa di toko grosir ini merasa lebih aman dan yakin karena mereka tahu bahwa toko tersebut memiliki pengalaman dan hubungan yang kuat dengan produsen. Mereka merasa percaya diri membeli produk ini karena mereka sudah mengenal reputasi baik toko tersebut, yang tidak akan menjual produk yang kualitasnya meragukan. Dalam hal ini, toko grosir berfungsi sebagai perantara yang memperkuat kepercayaan konsumen, terutama bagi mereka yang sudah lama berlangganan dan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

Dengan hubungan yang sudah terjalin sejak 1997, toko grosir tidak hanya berperan sebagai titik distribusi produk, tetapi juga sebagai jaminan kualitas dan integritas bagi konsumen. Hubungan jangka panjang ini menunjukkan bahwa kedua belah pihak, produsen dan pengecer, memiliki komitmen yang sama dalam menjaga kualitas dan kepuasan pelanggan. Sehingga, konsumen yang membeli Brem Suling Istimewa merasa lebih yakin karena mereka tidak hanya mengandalkan kualitas produk itu sendiri, tetapi juga pada reputasi baik yang dibangun melalui kerja sama yang lama antara produsen dan pengecer.

Hal ini juga memperkuat loyalitas konsumen, karena mereka tahu bahwa toko grosir tersebut tidak akan menyarankan produk yang kualitasnya meragukan.¹⁴³ Kepercayaan ini berfungsi sebagai dasar kuat yang mendorong konsumen untuk terus memilih dan membeli produk Brem Suling Istimewa, bahkan meskipun ada pesaing baru di pasar.

5. Harapan Sertifikasi Halal

Meskipun konsumen memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap Brem Suling Istimewa, seperti yang tercermin dari hubungan jangka panjang yang terjalin antara konsumen dan pengecer, beberapa konsumen tetap mengharapkan produsen untuk memperoleh sertifikasi halal.¹⁴⁴ Hal ini diungkapkan oleh Ibu Ana, yang merasa

¹⁴³ Ibid.,

¹⁴⁴ Amiah, Elviani, and Anwar.

bahwa meskipun produk ini sudah dikenal dengan kualitasnya yang terjaga, sertifikasi halal akan semakin meningkatkan rasa aman dan memperkuat kepercayaan mereka. Ibu Ana dan beberapa konsumen lainnya merasa bahwa dengan adanya sertifikasi halal, mereka dapat lebih yakin dalam mengonsumsi produk tersebut, terutama bagi mereka yang sangat memperhatikan aspek kehalalan dalam memilih produk.¹⁴⁵

Keinginan konsumen untuk adanya sertifikasi halal ini menunjukkan bahwa meskipun hubungan jangka panjang dengan pengecer memberikan rasa aman, aspek kehalalan tetap menjadi faktor yang penting bagi sebagian besar konsumen. Hal ini terutama berlaku bagi konsumen yang menjalani pola makan atau gaya hidup yang sangat memperhatikan status halal produk yang mereka konsumsi. Dengan semakin berkembangnya kesadaran konsumen akan pentingnya produk yang sesuai dengan nilai-nilai agama atau keyakinan pribadi, sertifikasi halal menjadi lebih dari sekadar label. Bagi konsumen seperti Ibu Ana, mendapatkan sertifikasi halal akan memberi mereka jaminan tambahan bahwa produk tersebut tidak hanya berkualitas, tetapi juga memenuhi standar yang mereka harapkan dari segi kehalalannya.

Di sisi lain, meskipun konsumen mempercayai kualitas Brem Suling Istimewa, permintaan untuk sertifikasi halal dapat menjadi sinyal bagi produsen untuk mempertimbangkan langkah ini sebagai upaya untuk meningkatkan kepercayaan konsumen yang lebih luas.¹⁴⁶ Meskipun hubungan jangka panjang dengan pengecer telah membentuk loyalitas dan kepercayaan, sertifikasi halal dapat menjadi penguat yang signifikan dalam membangun kepercayaan yang lebih luas lagi. Hal ini akan memberikan konsumen yang lebih selektif dalam hal aspek halal sebuah keyakinan lebih besar dalam memilih produk tersebut.¹⁴⁷

Dengan demikian, meskipun hubungan yang sudah lama dan kepercayaan terhadap kualitas produk Brem Suling Istimewa sangat kuat, sertifikasi halal tetap

¹⁴⁵ Mutinda Teguh Widayanto, Abdul Haris, and Lailatus Syarifah, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian', *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4.1 (2023), 29–40 <<https://doi.org/10.53682/mk.v4i1.5821>>.

¹⁴⁶ Saputro, Utomo, and Supriyono.

¹⁴⁷ Ibid.,

menjadi elemen penting yang dapat memperluas pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Menerima sertifikasi halal dapat menjadi langkah strategis untuk memenuhi permintaan konsumen yang lebih luas, serta memberikan jaminan tambahan bagi konsumen yang memprioritaskan aspek kehalalan dalam konsumsi mereka.



BAB V

**PERSPEKTIF KEPATUHAN SYARIAH DALAM MENILAI TINGKAT
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP BREM SULING ISTIMEWA
MADIUN TANPA SERTIFIKASI HALAL**

A. Paparan Data/Temuan Data Lapangan

Sebagai bagian dari upaya memahami perspektif kepatuhan syariah dalam membentuk kepercayaan konsumen terhadap produk Brem Suling Istimewa Madiun tanpa sertifikasi halal, peneliti melakukan serangkaian wawancara langsung dengan para konsumen dari berbagai latar belakang. Data ini dikumpulkan untuk menggambarkan bagaimana persepsi, sikap, serta tingkat kepedulian konsumen terhadap aspek kehalalan produk lokal yang telah menjadi bagian dari budaya masyarakat Madiun dan sekitarnya.

Dari hasil wawancara yang dilakukan, ditemukan bahwa tingkat kepercayaan konsumen terhadap kehalalan brem tanpa sertifikasi ternyata sangat dipengaruhi oleh faktor usia, latar belakang pendidikan, lokasi tempat tinggal, dan pemahaman terhadap ajaran fiqh terkait makanan dan minuman. Sebagian konsumen, seperti Bapak Ahmad, menyatakan keyakinannya terhadap proses tradisional pembuatan brem dan menyebutkan bahwa produk tersebut telah lama dikonsumsi oleh masyarakat tanpa adanya keresahan. Menurutnya, bahan dasar yang digunakan seperti ketan dan ragi masih dianggap saman dan alami. Namun, beliau juga mengakui bahwa dari perspektif syariah, adanya sertifikasi halal tentu akan memberikan ketenangan dan kepastian yang lebih tinggi. Seperti yang dikatakan beliau:¹⁴⁸

“Saya sudah dari dulu suka beli brem ini, apalagi kalau ada tamu dari luar kota. Memang belum ada label halalnya, tapi saya yakin bahan dan prosesnya tradisional, dari ketan dan ragi saja. Di sini semua orang juga makan brem, nggak ada yang khawatir. Proses pemuatannya pasti juga sama kayak produsen-produsen lain. Tapi kalau ditanya soal syariah, ya memang lebih tenang kalau ada sertifikasi.”

¹⁴⁸ Ahmad, ‘Wawancara’ Madiun, 22 Februari 2025.

Meski label halal seringkali menjadi faktor penting bagi sebagian konsumen, tidak semua individu menganggapnya sebagai prioritas utama dalam keputusan pembelian mereka. Salah satu toko grosir yang sudah lama bekerja sama dengan brem suling istimewa, seperti yang dikatakan karyawannya Mbak Wulan.

“iya mba karena sudah lama ngambil brem di Suling Istimewa, sejak 1997 an kalau ga salah. Jadi, kami sudah sangat percaya sama kualitas produk dari brem suling istimewa. Kami juga tahu betul proses produksinya, dan saya juga yakin kalau bapak Suwadi selalu menjaga kualitas dari bremnya. Dari brem yang saya ambil dari Bapak Suwadi banyak mbak orang yang beli terus, katanya rasa bremnya enak. Meski produk ini sepertinya belum bersertifikat halal, kami tetap yakin karena hubungan kami yang sudah lama dan saling percaya mbak”¹⁴⁹

Bagi toko grosir, yang lebih utama adalah pengalaman langsung dan hubungan yang telah terjalin dengan produsen atau pengecer selama bertahun-tahun. Mbak Wulan, sebagai karyawan toko grosir, lebih memilih untuk berbelanja dari pemasok yang sudah terbukti kualitas dan integritasnya, meskipun produk tersebut belum memiliki label halal.

Kedekatan dengan produsen atau pengecer membuat konsumen merasa lebih yakin karena mereka sudah memahami proses dan kualitas produk yang ditawarkan. Kepercayaan yang terbentuk dari interaksi personal dan reputasi yang telah teruji waktu memberikan rasa aman bagi konsumen meskipun produk tersebut tidak dilengkapi dengan sertifikasi halal. Sikap ini juga mencerminkan nilai-nilai keluarga dan komunitas yang sangat dihargai dalam banyak budaya lokal, di mana hubungan sosial dan kepercayaan antar individu lebih sering mengalahkan regulasi formal seperti label halal.

Meskipun banyak konsumen yang mengandalkan kepercayaan tradisional, tetap ada kesadaran bahwa perubahan zaman dan peningkatan kesadaran konsumen terhadap aspek kesehatan dan kehalalan produk bisa memengaruhi keputusan pembelian di masa depan. Oleh karena itu, meskipun saat ini banyak konsumen

¹⁴⁹ Wulan, ‘Wawancara’ Madiun, 22 Februari 2025.

yang memilih untuk tetap membeli produk dari produsen yang sudah mereka kenal, ke depannya produsen yang ingin terus mempertahankan kepercayaan konsumen mungkin perlu mempertimbangkan untuk mendapatkan sertifikasi halal demi memperkuat posisi mereka di pasar.

Berbeda halnya dengan konsumen dari wilayah urban seperti Ibu Diyah¹⁵⁰ pegawai swasta asal Gresik, yang menunjukkan sikap lebih hati-hati. Ia mengungkapkan adanya keraguan ketika mengetahui bahwa produk brem yang dibelinya belum memiliki label halal, terutama karena jika proses fermentasi yang dapat menghasilkan alkohol.

“Saya cukup hati-hati ya mbak dengan makanan, apalagi oleh-oleh. Karena kan kita memberi orang ya mbak, kalau kita memberi orang makanan yang belum tau kejelasan halal haramnya bagaimana, alhamdulillah kalau makanan itu halal tapi kalau haram bagaimana opo ga kita juga yang dapet dosanya trus pas tahu brem ini belum bersertifikat halal, saya agak ragu, karena fermentasi itu kan bisa menghasilkan alkohol ya mbak, jadi saya tetap pikir-pikir kalau mau beli makanan atau minuman yang belum ada label halalnya.”

Pernyataan dari Ibu Diyah ini mencerminkan kekhawatiran yang sering muncul pada konsumen yang sangat memperhatikan aspek halal dalam memilih produk makanan atau minuman. Ibu Diyah menjelaskan bahwa ia sangat hati-hati dalam memilih makanan, terutama makanan yang akan diberikan kepada orang lain, karena ia ingin memastikan bahwa apa yang diberikan tidak hanya aman dan berkualitas, tetapi juga halal. Kekhawatiran ini muncul karena ia merasa bertanggung jawab atas makanan yang diberikan, dan jika makanan tersebut tidak jelas status kehalalannya, ia khawatir dapat menanggung dosa jika makanan tersebut ternyata haram.

Lebih lanjut, Ibu Diyah menyoroti bahwa walaupun fermentasi dalam proses pembuatan Brem Suling Istimewa dapat menghasilkan alkohol, ia merasa ragu untuk membeli produk tersebut karena tidak adanya sertifikasi halal. Fermentasi, dalam beberapa produk, memang dapat menghasilkan alkohol dalam jumlah kecil,

¹⁵⁰ Diyah, ‘Wawancara’, Madiun, 22 Februari 2025

dan ini sering kali menjadi kekhawatiran bagi konsumen yang sangat memperhatikan aturan agama terkait makanan dan minuman. Oleh karena itu, meskipun ia mungkin menyadari bahwa Brem Suling Istimewa mungkin tidak mengandung alkohol dalam jumlah signifikan, ketidakjelasan mengenai status kehalalan produk membuatnya tetap merasa ragu untuk membeli.

Dalam hal ini, wawancara dengan Ibu Diah menggambarkan bagaimana pentingnya sertifikasi halal bagi sebagian konsumen, terutama yang memiliki kepedulian tinggi terhadap aspek agama dalam konsumsi mereka. Meskipun Ibu Diah mungkin percaya bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang baik, ketidakpastian tentang status halal membuatnya lebih berhati-hati dalam membuat keputusan pembelian. Hal ini juga menekankan pentingnya bagi produsen untuk mempertimbangkan sertifikasi halal guna memberikan jaminan tambahan bagi konsumen seperti Ibu Diah yang mengutamakan kepastian halal dalam produk yang mereka konsumsi.

Observasi Lapangan di Toko Oleh-oleh Madiun, banyak konsumen yang tidak menanyakan status halal sebuah produk selama mereka sudah familiar dengan produk tersebut dan tahu proses produksinya. Brem Suling Istimewa, yang merupakan produk lokal yang sudah dikenal sejak lama, masih tetap diterima di pasar meskipun tidak ada sertifikasi halal.

Bagi beberapa konsumen, ketidakjelasan (*qharar*) tentang status halal produk dapat menciptakan keraguan dan menurunkan tingkat kepercayaan. Hal ini dapat berdampak pada keputusan pembelian, terutama jika ada kekhawatiran tentang potensi bahan yang haram, seperti alkohol yang dihasilkan dalam proses fermentasi.

“Ya, saya sebenarnya tahu kalau Brem Suling Istimewa sudah lama dikenal dan banyak orang yang suka. Tapi, saya agak ragu untuk beli karena nggak ada label halalnya. Soalnya, saya khawatir karena kan brem ada kandungan alkoholnya ya mbak, nah disini kita tidak tau berapa persen kadar alkoholnya, jadi menghasilkan alkohol, mangkanya saya merasa lebih aman kalau pilih yang jelas-jelas terjamin kehalalannya. Jadi, meskipun banyak yang suka dan

rasanya enak, saya masih pikir-pikir kalau belum ada kejelasan halal-nya. Jadi tetep cari yang sudah ada label halalnya.”¹⁵¹

Konsumen tersebut menyatakan bahwa ketidakadaan label halal pada Brem Suling Istimewa menimbulkan rasa ragu karena ia khawatir akan kandungan alkohol yang mungkin terdapat dalam produk tersebut. Dalam hal ini, ia tidak mengetahui dengan pasti kadar alkohol yang dihasilkan dari proses fermentasi, meskipun ia menyadari bahwa proses fermentasi dapat menghasilkan alkohol dalam jumlah tertentu. Kekhawatiran ini adalah salah satu contoh dari faktor kepatuhan syariah yang penting dalam memilih makanan dan minuman, khususnya bagi mereka yang sangat memperhatikan kehalalan produk.

Pernyataan ini menggarisbawahi bahwa bagi sebagian konsumen, aspek kehalalan bukan hanya soal rasa atau kualitas produk, tetapi juga berkaitan dengan kepastian dan jaminan bahwa produk yang dikonsumsi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Konsumen ini merasa lebih aman memilih produk yang sudah memiliki label halal, karena itu memberi rasa tenang dan keyakinan bahwa produk tersebut tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan hukum Islam, seperti alkohol. Walaupun brem dikenal memiliki rasa yang enak dan banyak yang menyukainya, kekhawatiran terkait potensi kandungan alkohol, meskipun dalam jumlah kecil, cukup cukup memengaruhi keputusan pembelian.

Sikap kehati-hatian ini juga muncul dari elfita konsumen dari Magetan, yang menyampaikan bahwa pemahamannya tentang fiqih mendorongnya untuk lebih selektif dalam memilih produk makanan yang telah melalui proses fermentasi.

“Brem itu dari kecil saya makan. Tapi setelah belajar lebih dalam soal halal haram makanan dan minuman, saya jadi lebih waspada. Fermentasi bisa menimbulkan khamr, kan? Jadi saya harap produsen bisa urus sertifikasi halal. Biar kita nggak was-was lagi.”¹⁵²

Pandangan kritis juga datang dari kalangan muda, seperti Mbak Novi yang menekankan pentingnya kepastian hukum dalam makanan melalui kacamata fiqih

¹⁵¹ Ghea, ‘Wawancara’, Madiun, 22 Februari 2025

¹⁵² Elfita, ‘Wawancara’, Madiun, 22 Februari 2025

muamalah. Ia menyatakan bahwa tanpa label halal, konsumen Muslim berpotensi menghadapi keraguan (*syubhat*), terutama pada produk khas seperti brem yang sebenarnya sangat potensial untuk terus dikembangkan.

“Menurut saya sih, penting banget ada label halal di setiap produk, apalagi makanan atau minuman. Soalnya kalau nggak ada label halal, ada rasa ragu di hati, apalagi brem kan makanan khas yang bisa terus berkembang. Kalau nggak jelas status halalnya, kita sebagai konsumen Muslim bisa jadi ragu, khawatir ada bahan yang nggak sesuai dengan ajaran Islam. Kita nggak mau juga kan terlibat dalam hal yang syubhat, yang bisa bikin kita nggak tenang makanannya.”¹⁵³

Konsumen dari luar daerah, seperti Ibu Diyah yang menyatakan bahwa ia kerap menghindari produk tanpa label halal jika belum memperoleh kejelasan tentang keamanannya. Hal ini menunjukkan bahwa tantangan ke depan bagi produk khas seperti brem bukan hanya soal cita rasa dan kualitas, tetapi juga legalitas kepatuhan syariah yang dapat meningkatkan daya saing di pasar nasional bahkan internasional.

Secara umum, kepercayaan konsumen terhadap produk ini sangat dipengaruhi oleh faktor hubungan personal dengan produsen dan pengecer yang telah terjalin lama, serta keyakinan terhadap bahan dasar yang digunakan dalam pembuatan produk. Sebagian besar konsumen yang telah lama mengenal dan membeli produk ini merasa yakin karena mereka percaya pada kualitas dan proses produksi yang dianggap tradisional dan alami, seperti penggunaan ketan dan ragi. Meskipun demikian, tetap ada kekhawatiran dari sebagian konsumen, terutama mereka yang lebih memperhatikan aspek syariah, tentang ketidakjelasan status halal produk ini.

Bagi konsumen yang lebih mengutamakan kepastian halal, seperti yang terlihat pada wawancara dengan beberapa konsumen muda dan mereka yang sangat peduli dengan hukum fiqih muamalah, ketidakadaan sertifikasi halal dapat menurunkan tingkat kepercayaan mereka. Kekhawatiran terutama terkait dengan potensi adanya bahan yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, seperti alkohol yang dihasilkan dalam proses fermentasi, menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian.

¹⁵³ Novi, ‘Wawancara’, Madiun, 22 Februari 2025

Dalam perspektif kepatuhan syariah, sebagian konsumen merasa tidak nyaman jika produk tidak memiliki sertifikat halal, karena mereka ingin memastikan bahwa makanan yang mereka konsumsi atau berikan kepada orang lain bebas dari unsur yang *syubhat*.¹⁵⁴ Oleh karena itu, meskipun kepercayaan terhadap produk Brem Suling Istimewa sudah terbentuk melalui hubungan jangka panjang dan reputasi yang terjaga, keberadaan sertifikasi halal dapat meningkatkan rasa aman dan memperkuat kepercayaan konsumen, khususnya konsumen Muslim yang sangat memperhatikan aspek kehalalan dalam konsumsi mereka.

B. Analisis Data

Dalam upaya memahami kepatuhan syariah konsumen terhadap produk Brem Suling Istimewa yang tidak memiliki sertifikasi halal, analisis ini akan menggali berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Meskipun produk ini telah dikenal lama dalam masyarakat, terutama di wilayah Madiun dan sekitarnya, adanya ketidakjelasan status halal dapat memengaruhi tingkat kepercayaan konsumen, khususnya yang memperhatikan aspek kehalalan dalam konsumsi mereka.¹⁵⁵

Berdasarkan paparan data wawancara yang dilakukan dengan berbagai konsumen Brem Suling Istimewa, terlihat bahwa meskipun produk ini telah dikenal luas di masyarakat, kepercayaan konsumen terhadap status kehalalan produk masih sangat dipengaruhi oleh latar belakang sosial, pemahaman fiqh, serta hubungan personal dengan produsen. Sebagian besar konsumen yang sudah lama mengenal Brem ini cenderung percaya pada kualitas dan proses produksi yang tradisional, meskipun produk tersebut belum memiliki sertifikasi halal. Hal ini mencerminkan faktor kepatuhan syariah berdasarkan kepercayaan tradisional, yang berakar pada keyakinan bahwa produk ini sudah aman dikonsumsi karena menggunakan bahan-bahan alami seperti ketan dan ragi.

Hal ini tidak berlaku untuk semua konsumen. Beberapa konsumen, khususnya dari kalangan yang lebih muda atau yang memiliki pemahaman fiqh lebih

¹⁵⁴ Al-Sa'di.

¹⁵⁵ Nurul Huda.

mendalam, menunjukkan kekhawatiran terkait potensi ketidakjelasan status halal produk, terutama terkait dengan kemungkinan kandungan alkohol dari proses fermentasi. Dari sudut pandang syariah, makanan yang dikonsumsi umat Islam harus memenuhi prinsip *halalan thayyiban*, yaitu halal secara hukum dan baik secara substansi. Dalam konteks produk brem yang melalui proses fermentasi, timbul kekhawatiran akan kemungkinan terbentuknya zat yang memabukkan (*khamr*). Oleh karena itu, secara fiqih *ihtiyath* (kehati-hatian), produk semacam ini dianjurkan untuk menjalani pengujian laboratorium dan sertifikasi halal resmi. Konsumen seperti Ibu Diah, yang sangat memperhatikan aspek halal, menekankan pentingnya sertifikasi halal sebagai jaminan kepastian bahwa produk tersebut sesuai dengan ajaran Islam. Pandangannya mengacu pada teori kepatuhan syariah berdasarkan pemahaman fiqih, di mana konsumen Muslim yang mendalami fiqih merasa perlu untuk memastikan bahwa produk yang mereka konsumsi benar-benar sesuai dengan prinsip halal yang ditetapkan dalam agama Islam.

Menurut Muhammad Nejatullah Siddiqi, kepatuhan syariah tidak hanya melibatkan aspek legalitas, tetapi juga mencakup nilai-nilai etika dan moral yang mengarahkan konsumen untuk menghindari hal-hal yang dapat meragukan status halal suatu produk.¹⁵⁶ Dalam konteks ini, meskipun Brem Suling Istimewa menggunakan bahan-bahan alami dan tradisional yang diyakini halal oleh sebagian konsumen, tetap ada rasa keraguan (*syubhat*) bagi konsumen yang mengutamakan aspek kepastian halal. Hal ini jelas mencerminkan kepatuhan syariah dalam konteks ketidakpastian tentang status halal, di mana ketidakjelasan mengenai kehalalan produk ini menjadi faktor penghambat dalam keputusan pembelian.

kepatuhan syariah dalam konteks sosial dan budaya lokal juga menjadi faktor yang cukup dominan. Seperti yang terlihat dalam wawancara dengan Mbak Wulan, seorang pekerja di toko grosir yang telah lama menjalin hubungan dengan produsen Brem Suling Istimewa, keyakinan terhadap produk ini tidak tergoyahkan meskipun produk tersebut belum bersertifikat halal. Baginya, hubungan personal dan reputasi produsen yang sudah terbangun selama bertahun-tahun lebih menjadi faktor utama

¹⁵⁶ Siddiqi. The Palgrave Encyclopedia of Islamic Finance and EconomicsThe Palgrave Encyclopedia of Islamic Finance and Economics

dalam keputusannya membeli produk ini, daripada status halal secara formal.¹⁵⁷ Ini mencerminkan bahwa dalam masyarakat Madiun dan sekitarnya, hubungan sosial dan budaya lokal yang mengedepankan kepercayaan personal seringkali lebih kuat dibandingkan dengan label halal sebagai jaminan.

Untuk konsumen yang lebih memperhatikan aspek hukum agama, seperti yang diungkapkan oleh Mbak Novi dan Elfita, pentingnya sertifikasi halal menjadi faktor yang tidak dapat diabaikan. Konsumen muda yang lebih kritis dan cermat dalam memahami fiqih menganggap adanya label halal sebagai tanda kepastian yang memberikan ketenangan hati. Pemahaman fiqih mereka mengarahkan mereka untuk menjauhi produk yang tidak memiliki sertifikasi halal, karena bisa saja mengandung unsur yang haram atau syubhat, meskipun produk tersebut sudah dikenal lama dan memiliki reputasi baik. Pandangan ini sesuai dengan prinsip kepatuhan syariah berdasarkan fiqih muamalah, di mana seorang Muslim wajib menghindari segala bentuk ketidakjelasan atau keraguan dalam konsumsi, untuk menjaga kesucian agama dan kehormatannya.¹⁵⁸

kepatuhan syariah juga sangat memengaruhi sikap konsumen terhadap produk ini.¹⁵⁹ Konsumen yang lebih tua, seperti Bapak Ahmad, lebih cenderung tidak khawatir mengenai status halal Brem Suling Istimewa, karena mereka telah lama mengonsumsinya dan mempercayai proses tradisional dalam pembuatannya. Namun, bagi konsumen muda yang lebih memiliki kesadaran tinggi terhadap status halal, seperti yang terlihat pada Ibu Diyah dan Mbak Novi, keberadaan sertifikasi halal menjadi penting untuk memastikan bahwa produk yang mereka konsumsi tidak mengandung unsur yang haram atau meragukan.

Secara keseluruhan, meskipun Brem Suling Istimewa memiliki basis konsumen yang setia dan kepercayaan yang terbentuk melalui hubungan jangka panjang dan kualitas produk yang sudah terjamin, masih ada tantangan besar bagi produsen untuk meningkatkan kepatuhan syariah dalam produk mereka, terutama

¹⁵⁷ Muhammad Salman Al Farisi, 'Masyarakat Terhadap Pembelian Produk Makanan Halal Di Dusun Mlangi Yogyakarta', *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 1.2 (2020), 60–75 <<https://doi.org/10.51805/jmbk.v1i2.12>>.

¹⁵⁸ As Syifa' Khoirun N, Bahrul Ulum, Arvi Noviansyah, Arwhilan Tiyani, Asti Elysia P.

¹⁵⁹ Aldabena.

dalam memenuhi harapan konsumen yang sangat peduli dengan kepastian halal.

¹⁶⁰Sertifikasi halal akan sangat membantu dalam memberikan rasa aman dan memperkuat kepercayaan konsumen, khususnya di kalangan konsumen Muslim yang sangat memerhatikan aspek syariah dalam setiap keputusan konsumsi mereka.

Berdasarkan kajian literatur dari tokoh agama dan prinsip-prinsip fiqh Islam,¹⁶¹ meskipun bahan dasar yang digunakan dalam pembuatan Brem Suling Istimewa diakui halal, proses verifikasi formal yang memadai, seperti sertifikasi halal dari lembaga yang berwenang, sangat diperlukan untuk memastikan bahwa produk tersebut sepenuhnya sesuai dengan hukum syariah. Tanpa adanya verifikasi yang jelas, produk ini dapat masuk dalam kategori syubhat, yaitu sesuatu yang meragukan atau berada di antara yang halal dan haram. Hal ini sejalan dengan hadis Nabi Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim, "Yang halal itu jelas, dan yang haram itu jelas, dan di antara keduanya ada perkara-perkara syubhat yang tidak diketahui oleh banyak orang. Barang siapa menjauhi perkara syubhat, berarti dia telah menjaga agama dan kehormatannya, dan barang siapa yang terjatuh ke dalamnya, maka hampir saja dia terjatuh ke dalam yang haram."

Hadis ini menegaskan pentingnya kehati-hatian dalam menentukan status suatu produk, terutama dalam hal konsumsi. Dalam konteks ini, meskipun secara praktis banyak konsumen yang telah mempercayai Brem sebagai produk halal, ketiadaan sertifikasi halal resmi memberikan ruang bagi keraguan (*syubhat*) di kalangan konsumen yang lebih peduli terhadap aspek kepatuhan syariah dalam konsumsi mereka. Secara normatif-syariah, sebuah produk yang tidak dilengkapi dengan sertifikasi halal tidak memenuhi standar kepatuhan syariah secara utuh, karena konsumen, terutama yang beragama Islam, memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa makanan dan minuman yang mereka konsumsi tidak hanya halal dalam bahan bakunya, tetapi juga halal dalam proses produksinya.

Dalam konsumsi massal, di mana banyak konsumen dengan tingkat pemahaman fiqh yang beragam, keberadaan sertifikasi halal menjadi sangat krusial sebagai tanda jaminan bahwa produk tersebut bebas dari unsur yang haram atau

¹⁶⁰ Sudarmi, S., Sapa, N. B., Muthiadin, C. ., Syam, A., & Agus.

¹⁶¹ Kahf, *Islamic Economics: A Short History of an Idea*.

syubhat.¹⁶² Tanpa adanya sertifikasi yang diakui, risiko keraguan mengenai kehalalan produk ini akan meningkat, yang pada gilirannya dapat mengurangi kepercayaan konsumen Muslim terhadap produk tersebut. Sebagaimana dijelaskan oleh Siddiqi, kepatuhan syariah bukan hanya soal menghindari hal-hal yang jelas haram, tetapi juga tentang memastikan bahwa setiap transaksi dan konsumsi dilakukan dalam kerangka yang sesuai dengan ajaran Islam, baik secara moral, etika, maupun hukum.¹⁶³ Oleh karena itu, meskipun Brem Suling Istimewa menggunakan bahan dasar yang dianggap halal, tanpa adanya sertifikasi halal yang sah, produk ini tetap memiliki potensi untuk terjatuh dalam kategori *syubhat*, yang berisiko bagi konsumen yang lebih ketat dalam menjaga kehalalan produk yang mereka konsumsi.



¹⁶² Ibid.,

¹⁶³ Hasanah, Utari, and Desvianti.

BAB VI

STRATEGI YANG DILAKUKAN BREM SULING ISTIMEWA DALAM MENGIKUTI PROGRAM SERTIFIKASI HALAL

A. Paparan Data/Temuan Data Lapangan

Brem Suling Istimewa Madiun telah mengikuti program sertifikasi halal, peneliti melakukan wawancara langsung dengan pemilik dan pelaku usaha yang terlibat dalam proses produksi. Paparan data berikut menggambarkan pemahaman, kesiapan, serta langkah-langkah strategis yang telah dan sedang dilakukan oleh produsen :

1. Kesiapan Administratif & Legalitas

Kesiapan Administratif & Legalitas seperti persyaratan sertifikasi halal, baik dari aspek bahan baku, proses produksi, hingga pengurusan administrasi melalui sistem Sihalal ¹⁶⁴. Berikut merupakan tahapan yang sudah dilakukan oleh brem suling istimewa:

Tabel 6.1 Data Usaha Brem Suling Istimewa

Nama Usaha	Brem Suling Istimewa Madiun
Alamat Usaha	Gadang, Kaliabu, Kec. Mejayan, Kabupaten Madiun, Jawa Timur 63153
Nama Pemilik	Suwadji
SPP-IRT	20635190111302-25
Jenis Produk	Makanan tradisional olahan ketan (brem)
Jumlah Karyawan	6 orang
Skala Usaha	Usaha mikro
Kontak	085335400633

Sumber: Wawancara

¹⁶⁴ Yuli Tri Wulan Sari, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025.

2. Praktik Produksi

a. Proses pembuatan brem suling istimewa

1) Bahan

Bahan-bahan yang digunakan dalam proses pembuatan brem di industri rumah tangga Brem Suling Istimewa adalah sebagai berikut:

a) Beras ketan

Beras ketan yang digunakan berasal dari petani dan biasanya dipesan dalam jumlah besar, mencapai 1 kwintal dalam satu kali pemesanan. Dalam setiap proses produksi, sekitar 100 kg beras ketan akan digunakan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Rubiyah,

"Untuk sekali produksi, biasanya kami memesan beras ketan dari petani sekitar satu kwintal, dan kami memastikan kualitas beras ketan yang kami pilih adalah yang terbaik. Jika ada pesanan brem, kami menggunakan sekitar 100 kg beras ketan, yang dapat menghasilkan sekitar 3000 keping brem."¹⁶⁵

b) Ragi tape

Dalam satu kali proses pembuatan brem, dibutuhkan sekitar 15 bulatan ragi tape yang diperoleh dari pasar. Ragi ini berfungsi sebagai bahan fermentasi untuk beras ketan. Seperti yang disampaikan oleh Rubiyah,

"Setiap kali produksi, kami menggunakan kurang lebih 15 bulatan ragi tape yang dibeli di pasar untuk memfermentasi beras ketan putih. Jika dilihat dari perbandingannya, maka sekitar 1 kilogram beras ketan membutuhkan 1,5 bulatan ragi tape."¹⁶⁶

c) Soda kue

Soda kue yang digunakan dalam proses pembuatan brem berjumlah sekitar satu sendok makan. Bahan ini berfungsi sebagai pengembang dan ditambahkan setelah air tape selesai dimasak.¹⁶⁷

Ibu Rubiyah menegaskan bahwa semua bahan yang digunakan dalam pembuatan Brem Suling Istimewa Madiun dipilih dengan cermat dan sudah melalui

¹⁶⁵ Rubiyah, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025

¹⁶⁶ Rubiyah, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025

¹⁶⁷ Rubiyah, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025

pemeriksaan untuk memastikan kualitas dan keamanannya. Mulai dari beras ketan, ragi tape, hingga soda kue, semua bahan yang digunakan adalah bahan yang aman dan terjamin. Hal ini dilakukan agar konsumen dapat merasa tenang dan yakin bahwa produk yang mereka konsumsi tidak mengandung bahan berbahaya dan memenuhi standar kesehatan. Seperti yang disampaikan :

“Beras ketan kita beli dari petani mbak. Jadi kualitasnya bagus, soda kue yang dipake juga sedikit, sekitar satu sendok makan aja. Soda kue yang dipake juga aman. Jadi soda kue itu dimasukan waktu air tapenya dimasak jadi biar bremnya ngembang. Semua bahan-bahan juga insya allah aman mbak”¹⁶⁸

2) Alat-alat pembuatan brem suling istimewa

Alat alat pembuatan brem, yaitu:¹⁶⁹

- a) Tampah / Nampan anyaman bambu
- b) Dandang (kukusan)
- c) Panci besar
- d) Tungku
- e) Wadah fermentasi (baskom, ember plastik, atau tampah tertutup)
- f) Kain bersih atau serbet
- g) Alat pengaduk (centong kayu)
- h) Plastik food grade
- i) Timbangan
- j) Ayakan / saringan
- k) Diesel
- l) Mesin pencuci beras ketas
- m) Alat pres
- n) Mesin mixer
- o) Alat pemotong

Peralatan yang digunakan dalam proses produksi brem selalu melalui tahap sterilisasi dengan cara dicuci hingga bersih sebelum digunakan sesuai fungsinya. Sebagai contoh, panci besar akan dibersihkan menggunakan air mengalir baik

¹⁶⁸ Rubiyah, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025

¹⁶⁹ Observasi Di Usaha Brem Suling Istimewa, Madiun 21 Februari 2025

sebelum maupun setelah pemakaian. Seluruh peralatan yang terlibat dalam pembuatan brem selalu dipastikan dalam kondisi bersih melalui proses sterilisasi, baik sebelum digunakan maupun sesudah digunakan.

“Ini, alat yang dipakai untuk produksi brem kayak mesin pencuci beras ketan, panci besar buat masak beras ketan sama air tape. Masaknya masih pakai tungku mbak, jadi pakai kayu bakar. Alat press buat peras tapenya, dan air tape yang sudah diperas itu ditampung di wadah atau bak. Untuk mengocok air tape biar rata, pakai mesin mixer. Terus, buat cetaknya kami pakai meja cetakan, dan kalau sudah jadi, kami potong brem pakai alat pemotong”¹⁷⁰

3) Proses pembuatan brem suling istimewa madiun

Pada proses pembuatan brem peneliti memperoleh informasi dengan melakukan wawancara dan observasi secara langsung di lokasi produksi Brem Suling Istimewa. Observasi dilakukan secara menyeluruh di tempat pembuatan untuk melihat proses secara nyata di lapangan. Adapun proses dalam pembuatan brem padat adalah sebagai berikut:

a) Persiapan Bahan

Pencucian beras ketan bertujuan untuk menghilangkan kotoran, debu, dan sisa tepung yang menempel pada beras. Hal ini penting agar brem padat yang dihasilkan bersih dan tidak terkontaminasi. Beras ketan ditimbang sekitar satu kwintal untuk satu kali produksi. Perendaman beras ketan dilakukan selama 4-6 jam atau semalaman. Proses ini membuat beras ketan lebih lembut dan mudah dikukus, sehingga tekstur brem padat nantinya lebih baik.¹⁷¹

b) Pengukusan Beras Ketan

Pengukusan beras ketan dilakukan hingga beras benar-benar matang dan lembut sekitar 1 jam sampai 2 jam. Pastikan beras tidak terlalu keras atau mentah, karena hal ini akan memengaruhi proses fermentasi. Pendinginan beras ketan setelah dikukus penting untuk menurunkan suhu beras hingga hangat (tidak panas). Jika beras terlalu panas, ragi bisa mati dan fermentasi tidak akan terjadi.¹⁷²

¹⁷⁰ Sutaji, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025

¹⁷¹ Observasi Di Usaha Brem Suling Istimewa, Madiun 21 Februari 2025

¹⁷² Observasi Di Usaha Brem Suling Istimewa, Madiun 21 Februari 2025

c) Penambahan Ragi

Ragi brem atau ragi tape berfungsi sebagai mikroorganisme yang akan mengubah gula dalam beras ketan menjadi alkohol dan asam selama proses fermentasi. Perbandingan ragi dengan ketan adalah 0,6 gram untuk 1 kilogram ketan. Pencampuran ragi harus dilakukan secara merata ke seluruh bagian beras ketan. Jika ragi tidak merata, fermentasi bisa tidak sempurna dan hasilnya tidak optimal.¹⁷³

d) Fermentasi

Proses fermentasi berlangsung selama 2-3 hari di tempat yang hangat dan tertutup. Selama fermentasi, ragi akan mengurai pati dalam beras ketan menjadi gula, alkohol, dan asam, menghasilkan cairan brem dan aroma khas tape. Pembungkusan dengan kain atau daun pisang bertujuan untuk menjaga kelembapan dan suhu selama fermentasi. Pastikan wadah tertutup rapat untuk menghindari kontaminasi dari luar.¹⁷⁴

e) Penyaringan dan Pengendapan

Penyaringan dilakukan untuk memisahkan cairan brem dari padatan beras ketan. Cairan brem inilah yang akan diolah menjadi brem padat. Pengendapan cairan brem selama 1-2 hari bertujuan untuk memisahkan lapisan padat (pati) dari lapisan cair. Lapisan padat inilah yang akan digunakan untuk membuat brem padat.

f) Pembentukan Brem Padat

Pengambilan lapisan padat dari hasil pengendapan dilakukan dengan hati-hati. Lapisan ini memiliki tekstur seperti pasta kental. Pencetakan brem padat bisa dilakukan sesuai bentuk yang diinginkan, seperti kotak atau bulat. Setelah dicetak, brem dijemur di bawah sinar matahari hingga kering dan keras. Penjemuran memakan waktu 2-3 hari, tergantung cuaca. Pastikan brem benar-benar kering agar tahan lama dan tidak mudah rusak.¹⁷⁵

g) Pengemasan

Pengemasan brem padat dilakukan setelah brem benar-benar kering. Gunakan wadah kedap udara seperti plastik vakum atau toples untuk menjaga kualitas brem.

¹⁷³ Observasi Di Usaha Brem Suling Istimewa, Madiun 21 Februari 2025

¹⁷⁴ Observasi Di Usaha Brem Suling Istimewa, Madiun 21 Februari 2025

¹⁷⁵ Observasi Di Usaha Brem Suling Istimewa, Madiun 21 Februari 2025

Penyimpanan brem padat sebaiknya di tempat kering dan sejuk. Jika dikemas dengan baik, brem padat bisa bertahan hingga beberapa minggu.¹⁷⁶

Berikut adalah penjelasan singkat mengenai pembuatan brem berdasarkan keterangan yang disampaikan oleh Salamun, karyawan Suwadji, serta hasil observasi langsung dari peneliti ke tempat pembuatan brem. Proses fermentasi air tape yang telah diperas tidak melalui pengecekan kadar alkohol terlebih dahulu, melainkan langsung dilanjutkan ke tahap pemasakan, yaitu:

“Jadi, tahap pembuatan brem padat itu dimulai dari beras ketan direndam dulu biar lembut, terus dikukus sampai matang. Setelah itu, beras ketan yang sudah dingin dicampur sama ragi tape, diaduk rata, trus dibungkus dan didiamkan selama 2-3 hari untuk fermentasi. Setelah fermentasi, cairannya disaring dan diendapkan sampai muncul lapisan padat di bawah. Lapisan padat itu dicetak sesuai bentuk yang diinginkan, lalu dijemur sampai kering dan keras. Terakhir, brem padat yang sudah kering dipotong, dikemas. Sebnernya gampang mbak, Cuma harus sabar aja, apalagi nunggu fermentasi sama waktu njemur, belum lagi kalau ga ada panas, itu bisa lama banget keringnya.”¹⁷⁷

b. Data produk brem suling istimewa madiun

Tabel 6.2 data sampel air tape dan brem¹⁷⁸

No	Nama	Jenis	Pabrik	Jumlah	komposisi	Parameter uji
1.	Air Tape	Cair	Brem Suling Istimewa	330 Ml	Beras Ketan, Ragi	Alkohol
2.	Brem	Padat	Brem Suling Istimewa	500 Gr	Beras Ketan, Ragi, Soda Kue	Alkohol

Sumber: Dokumentasi

Berdasarkan tabel data sampel di atas, terdapat dua sampel yang diuji. Pertama, air tape dalam bentuk cair dengan volume 330 ml, terdiri dari komposisi

¹⁷⁶ Observasi Di Usaha Brem Suling Istimewa, Madiun 21 Februari 2025

¹⁷⁷ Salamun, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025

¹⁷⁸ ‘Hasil Observasi Di Usaha Brem Suling Istimewa Madiun’ (Madiun: 21 Februari 2025).

beras ketan dan ragi, diproduksi oleh perusahaan Brem Suling Istimewa, dengan permintaan pengujian parameter alkohol. Kedua, sampel brem dalam bentuk padat dengan berat 500 gram, mengandung komposisi beras ketan, ragi, dan soda kue, juga diproduksi oleh perusahaan Brem Suling Istimewa, dengan permintaan pengujian parameter alkohol. Berikut hasil uji sampel air tape dan brem :

Table 6.3 Hasil Uji Laboratorium terhadap Kandungan Kadar Alkohol pada Air Tape dan Brem¹⁷⁹

No	Nama	Parameter uji	Satuan	Hasil uji	Metode uji
1.	Air tape	Alkohol	Persen	3.9	Destilasi
2.	Brem	Alkohol	Persen	0.2	Destilasi

Sumber: Dokumentasi

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian air tape dengan parameter alkohol menunjukkan data yang tercantum dalam Laporan Hasil Uji (LHU) dari Balai Riset dan Standardisasi Surabaya. Ditemukan bahwa kadar alkohol dalam air tape melebihi 1%. Secara rinci, dalam 330 ml air tape terdapat 12,87 ml alkohol, atau jika dihitung dalam persentase, terdapat 3,9% alkohol dari total 100% air tape. Sementara itu, dalam 500 gram brem padat, ditemukan 1 gram alkohol, yang setara dengan 0,2% alkohol dari total 100% brem padat. Perlu dicatat bahwa alkohol yang terkandung dalam air tape dan brem padat ini bukan merupakan senyawa murni.

Jadi, Air tape merupakan produk hasil fermentasi beras ketan putih yang dicampur dengan ragi tape. Proses fermentasi ini berlangsung selama kurang lebih tujuh hari atau 168 jam. Selama periode tersebut, beras ketan putih mengalami perubahan dan menghasilkan kandungan alkohol sebesar 3,9%, meskipun alkohol tersebut bukan merupakan senyawa murni. Setelah melalui proses fermentasi, air tape kemudian diolah lebih lanjut melalui tahap pemasakan dan diubah menjadi

¹⁷⁹ 'Dokumentasi Balai Riset Dan Standardisasi Industri Surabaya' (Madiun: 21 Februari 2025).

brem padat yang berbentuk kotak atau lempengan. Setelah dilakukan pengujian, brem padat tersebut ditemukan memiliki kadar alkohol sebesar 0,2%.

Table 6.4 Hasil Status halal Brem¹⁸⁰

No.	Nama produk	Jenis produk	Status bahan	Uji lab
1.	Brem suling istimewa	Makanan fermentasi	Halal	0,2%

Sumber: Dokumentasi

3. Motivasi, Komitmen Untuk Sertifikasi serta Strategi Yang Dilakukan

Pemilik usaha Brem Suling Istimewa menunjukkan adanya motivasi dan komitmen yang positif dalam upaya memperoleh sertifikasi halal. Meskipun hingga saat ini produk belum memiliki label halal resmi, hasil wawancara menunjukkan bahwa pemilik telah memiliki kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal, terlebih tantangan dari pesaing dengan produsen lainnya. Seperti yang di katakan Yuli.

"Lha iya Mbak, penting banget. Soalnya sekarang itu, brem-brem lain di Madiun banyak yang udah punya label halal. Jadi ya... kita ini kayaknya mulai ketinggalan. Jadi ya kami harus ikut, supaya nggak kalah saing. Soalnya kalau udah ada label halal, orang biasanya langsung percaya Padahal ya... rasa brem kita insyaAllah nggak kalah, malah banyak yang bilang lebih lembut, enak, tidak mengecewakan"¹⁸¹

Pernyataan tersebut mencerminkan orientasi pasar sekaligus kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal sebagai nilai jual yang strategis, terutama dalam menghadapi kompetisi oleh-oleh khas daerah. Menurut Kotler dan Keller, dalam pasar yang semakin kompetitif, kepercayaan konsumen terhadap merek dan legalitas produk menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian. Oleh karena itu, sertifikasi halal tidak hanya dipandang sebagai kepatuhan terhadap syariah, melainkan juga sebagai bagian dari strategi pemasaran dan positioning produk.

Selain faktor persaingan, aspek perlindungan merek dagang juga menjadi bagian dari kesiapan menuju sertifikasi halal. Produsen menyebutkan bahwa

¹⁸⁰ 'Dokumentasi Balai Riset Dan Standardisasi Industri Surabaya' (Madiun: 21 Februari 2025).

¹⁸¹ Yuli Tri Wulan Sari, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025

sebelumnya mereka menggunakan merek dagang Suling Gading, namun karena banyak pihak lain yang memakai nama serupa, mereka menggantinya menjadi Suling Istimewa untuk menghindari konflik merek. Langkah ini menunjukkan adanya upaya konkret dalam menata legalitas usaha secara menyeluruh, yang menjadi salah satu prasyarat dalam pengajuan sertifikasi halal kepada BPJPH.

"Iya Mbak, ini lagi proses. Soalnya kan selain urusan bahan, juga harus ngurus merek dagang dulu. Dulu namanya masih 'Suling Gading', tapi banyak yang pakai. Jadi kami ubah jadi 'Suling Istimewa' biar lebih aman dan bisa didaftarkan."¹⁸²

Dengan memperhatikan aspek regulatif, pemasaran, dan nilai keagamaan, dapat disimpulkan bahwa motivasi dan komitmen produsen Brem Suling Istimewa terhadap sertifikasi halal cukup tinggi. Meskipun menghadapi tantangan administratif dan pembiayaan, adanya dukungan dari pemerintah melalui skema self-declare dan pendampingan halal untuk UMKM memberikan peluang besar bagi produsen lokal untuk naik kelas dan memperluas pasar. Sertifikasi halal tidak hanya menjadi alat verifikasi kehalalan produk, tetapi juga menjadi simbol kepercayaan, kualitas, dan daya saing produk di pasaran.

Selain kebutuhan akan peningkatan kepercayaan konsumen dan adaptasi terhadap regulasi, pemilik usaha Brem Suling Istimewa juga menyampaikan bahwa niat untuk mendapatkan sertifikasi halal telah ada sejak lama, namun sempat tertunda karena keterbatasan informasi dan biaya. Pada awalnya, produsen belum terlalu memahami alur dan tahapan pengajuan sertifikasi halal, serta belum mengetahui bahwa usaha mikro seperti mereka berhak mendapatkan fasilitas program halal gratis dari pemerintah. Dalam wawancara lanjutan, pemilik usaha menyampaikan:

"Dulu kami kira ngurus halal itu cuma buat pabrik besar aja, Mbak. Jadi kami belum berani urus. Tapi setelah ada pendampingan dari petugas, baru tahu kalau UMKM kayak kami juga bisa, bahkan ada yang gratis. Nah, dari situ kami mulai niat ngurus."¹⁸³

¹⁸² Yuli Tri Wulan Sari, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025

¹⁸³ Yuli Tri Wulan Sari, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025

Pernyataan tersebut mencerminkan pergeseran pemahaman yang signifikan setelah mendapatkan edukasi dan pendampingan. Hal ini sejalan dengan pendapat Nujullul Huda¹⁸⁴ yang menyebutkan bahwa minimnya literasi halal sering menjadi penghambat utama dalam partisipasi pelaku usaha kecil terhadap sistem sertifikasi halal, terutama di daerah.

Pemilik juga menunjukkan motivasi religius yang cukup kuat. Dalam wawancara, ia mengungkapkan bahwa meskipun selama ini belum mencantumkan label halal, dirinya selalu menjaga agar bahan-bahan yang digunakan tetap bersih dan tidak mengandung unsur haram. Bahkan, sebelum tahap pengemasan dan produksi dimulai, alat-alat seperti mesin pencuci beras ketan, dandang, dan alat cetakan dibersihkan terlebih dahulu sebagai bentuk tanggung jawab dan kehati-hatian terhadap kesucian bahan.

“Kami memang belum punya label halal, tapi kami jaga betul bahan dan alat-alat. Ragi kami pakai yang aman, dan sebelum produksi, semua alat selalu kami cuci bersih. InsyaAllah niat kami dari awal ingin bikin makanan yang baik dan halal.”¹⁸⁵

Hal ini menunjukkan bahwa produsen memiliki nilai internal yang kuat terhadap kehalalan, meskipun belum terstruktur secara administratif. Komitmen tersebut dapat dikategorikan sebagai niat yang terinternalisasi (internalized intention) yang menurut Ajzen dalam *Theory of Planned Behavior*¹⁸⁶, merupakan prediktor kuat dari realisasi perilaku di masa depan, termasuk dalam implementasi standar halal.

Dengan kombinasi motivasi pasar, dorongan regulatif, kesadaran religius, dan literasi yang semakin meningkat, dapat disimpulkan bahwa produsen Brem Suling Istimewa berada dalam posisi siap bertransformasi ke arah kepatuhan syariah yang lebih sistematis. Mereka tidak hanya memiliki niat dan kesadaran, tetapi juga sudah

¹⁸⁴ Muhammad Nujullul Huda, ‘Pengaruh Kualitas Produk Halal, Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Pembelian Kembali Dengan Loyalitas Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Penjualan Produk Pizza Hut Di Kota Solo’, *Tesis*, 2022, 1–160.

¹⁸⁵ Yuli Tri Wulan Sari, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025

¹⁸⁶ Ajzen, ‘The Theory Of Planned Behavior’, *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50.2 (1991), 179–211.

mulai mengambil langkah konkret, seperti mengganti merek untuk perlindungan hukum, mengikuti pendampingan, dan mempersiapkan administrasi yang dibutuhkan. Ke depan, motivasi dan komitmen ini menjadi pondasi penting dalam mewujudkan produk brem tradisional yang unggul, halal, dan terpercaya di pasar lokal maupun nasional.

B. Analisis Data

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan beberapa informan, observasi, dan dokumentasi, data tersebut kemudian disajikan dan dianalisis melalui pembahasan temuan. Temuan yang diperoleh peneliti merupakan respons atas pertanyaan yang diajukan kepada informan, sesuai dengan rumusan masalah dan kajian teori yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Hasil penyajian data penelitian yang menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta analisis berdasarkan fokus masalah yang telah dirumuskan, akan menyajikan beberapa temuan di lapangan yang dikaitkan dengan teori-teori yang relevan.

1. Kesiapan Administratif & Legalitas

Berdasarkan data yang tersedia dan wawancara dengan pemilik Brem Suling Istimewa, usaha ini sudah menunjukkan kesiapan administratif dan legalitas yang memadai dalam beberapa aspek. Brem Suling Istimewa telah memperoleh nomor SPP-PIRT 20635190111302-25, dengan Nama Industri dan merek Brem Suling Istimewa yang merupakan dokumen penting untuk memasarkan produk pangan di Indonesia. Nomor ini menunjukkan bahwa produk telah terdaftar dan terverifikasi untuk memenuhi standar keamanan pangan. Meskipun demikian, penting untuk dicatat bahwa nomor SPP-PIRT merupakan identifikasi bahwa produk telah terdaftar, tetapi tidak memberikan jaminan bahwa produk memenuhi seluruh standar atau prosedur yang diperlukan untuk sertifikasi lengkap. Untuk memperoleh sertifikat SPP-PIRT yang sah, produsen perlu memastikan bahwa prosedur pembuatan, pengemasan, dan distribusi produk benar-benar mengikuti pedoman yang ditetapkan oleh pemerintah.

2. Pemahaman Terhadap Konsep Halal

Pemahaman terhadap konsep halal merupakan salah satu aspek penting dalam memastikan produk yang dihasilkan sesuai dengan syariat Islam, terutama bagi produk makanan dan minuman. Dalam industri makanan, penerapan prinsip *halalan thayyiban* tidak hanya mencakup pemilihan bahan baku yang halal, tetapi juga proses produksi, pengemasan, dan distribusi yang harus sesuai dengan ketentuan syariah. Berdasarkan wawancara dan observasi di lapangan, produsen Brem Suling Istimewa menunjukkan pemahaman dasar yang baik mengenai konsep halal, namun terdapat beberapa area yang masih dapat ditingkatkan untuk memenuhi standar kehalalan yang lebih komprehensif. Pemilik Brem Suling Istimewa telah memahami bahwa bahan baku yang digunakan dalam produksi harus halal. Pemilihan beras ketan yang diperoleh dari petani lokal dan ragi tape yang digunakan dalam proses fermentasi menunjukkan adanya perhatian terhadap kualitas bahan.

Pemilik usaha Brem Suling Istimewa menyadari bahwa sertifikasi halal adalah salah satu langkah penting untuk memastikan produk memenuhi standar syariah dan diterima oleh konsumen Muslim. Meski saat ini usaha tersebut belum memiliki sertifikasi halal, pemilik usaha menunjukkan niat untuk mendapatkan sertifikasi halal dengan memulai proses pengajuan. Hal ini menunjukkan bahwa produsen memiliki pemahaman tentang pentingnya sertifikasi halal, tidak hanya sebagai persyaratan pasar, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi prinsip *halalan thayyiban*.

3. Praktik Produksi

Secara Praktik Produksi, Brem Suling Istimewa telah menunjukkan kesadaran awal dan komitmen praktis terhadap kualitas dan kebersihan produk yang merupakan bagian penting dari prinsip *halalan thayyiban*. Proses produksi yang bersih, penggunaan bahan lokal, dan keinginan untuk memulai sertifikasi halal mencerminkan bahwa produsen berada pada jalur yang tepat menuju kepatuhan syariah.

a. Bahan Baku

Bahan yang digunakan dalam produksi Brem Suling Istimewa mencerminkan perhatian yang tinggi terhadap kualitas dan keamanan produk. Beras ketan, yang

menjadi bahan utama dalam pembuatan brem, diperoleh langsung dari petani lokal, yang tidak hanya mendukung perekonomian lokal tetapi juga memastikan bahan yang digunakan dalam kondisi segar dan berkualitas tinggi. Pemilihan beras ketan dari petani lokal menunjukkan komitmen produsen terhadap kelestarian ekonomi dan kualitas bahan. Untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan konsumen, produsen dapat melengkapi dokumentasi asal bahan dan memastikan kehalalan dari pemasok beras ketan, sehingga dapat lebih meyakinkan konsumen mengenai kehalalan produk tersebut.

Ragi tape yang digunakan dalam proses fermentasi diperoleh dari pasar umum, dan meskipun bahan ini umumnya aman, memastikan kehalalan dari pemasok ragi tape dapat lebih memperkuat komitmen produsen terhadap standar syariah. Secara keseluruhan, produsen telah menunjukkan dedikasi yang tinggi terhadap kualitas dan keamanan bahan baku, dan dengan langkah-langkah tambahan seperti verifikasi dan dokumentasi bahan baku, mereka dapat memperkuat proses sertifikasi halal, meningkatkan transparansi, dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

b. Proses fermentasi

Proses fermentasi yang dilakukan dalam pembuatan brem menggunakan ragi tape untuk mengubah gula dalam beras ketan menjadi alkohol dan asam. Berdasarkan Laporan Hasil Uji (LHU) yang diperoleh dari Balai Riset dan Standardisasi Surabaya, pengujian terhadap air tape dan brem padat menunjukkan kandungan alkohol yang dapat mempengaruhi penilaian terhadap kehalalan produk. Hasil uji laboratorium memberikan gambaran yang lebih jelas tentang proses fermentasi yang terjadi pada air tape serta proses pengolahan lebih lanjut menjadi brem padat. Air Tape: Kandungan Alkohol yang Melebihi 1%. Hasil Pengujian dalam sampel 330 ml air tape, ditemukan 12,87 ml alkohol, yang jika dihitung secara persentase menunjukkan bahwa 3,9% alkohol terkandung dalam total volume air tape. Air tape merupakan produk hasil fermentasi beras ketan putih yang dicampur dengan ragi tape. Proses fermentasi berlangsung selama sekitar 7 hari (168 jam), di mana gula yang ada dalam beras ketan akan diubah menjadi alkohol dan asam oleh mikroorganisme yang terkandung dalam ragi.

Kandungan alkohol yang tercatat pada air tape adalah signifikan, yakni 3,9%. Meskipun alkohol yang terbentuk bukan senyawa murni, namun tingkat alkohol ini melebihi 1%, yang menurut standar halal, dapat menimbulkan keraguan dalam kehalalan produk, terutama bagi konsumen Muslim. Produk yang mengandung alkohol melebihi batas tertentu akan menghadapi tantangan dalam proses sertifikasi halal, karena alkohol adalah zat yang dilarang dalam konsumsi bagi umat Muslim.

Brem Padat memiliki kandungan Alkohol yang Rendah. Hasil Pengujian dalam sampel 500 gram brem padat, ditemukan 1 gram alkohol, yang setara dengan 0,2% alkohol dari total 100% brem padat. Proses pembuatan brem padat dimulai dari air tape yang melalui tahap fermentasi dan kemudian diproses lebih lanjut. Selama tahap pengolahan brem padat, alkohol yang terkandung dalam air tape kemungkinan terdegradasi atau berkurang secara signifikan. Oleh karena itu, kadar alkohol dalam brem padat turun menjadi 0,2%, yang berada di bawah ambang batas yang umumnya diterima dalam produk halal. Meskipun demikian, penting untuk dicatat bahwa alkohol yang terkandung dalam brem padat tetap harus diperhatikan, meskipun kadar alkohol yang lebih rendah ini mengindikasikan adanya kemungkinan pengolahan yang lebih baik yang mengurangi kadar alkohol yang ada dalam produk akhir.

Maka dari itu pengaruh Kandungan Alkohol Terhadap Kehalalan Produk Air Tape memiliki Kandungan alkohol yang tinggi (3,9%) dalam air tape dapat mempengaruhi kehalalan produk, terutama jika mengacu pada ketentuan yang melarang alkohol dalam makanan. Dalam Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH), kadar alkohol yang melebihi 1% dapat menjadi masalah dalam mendapatkan sertifikasi halal. Sedangkan Brem Padat kadar alkohol dalam brem padat (0,2%) lebih rendah, perhatian tetap diperlukan terhadap proses pengolahan yang mungkin mempengaruhi kandungan alkohol lebih lanjut. Untuk memastikan produk sepenuhnya halal, produsen perlu melakukan kontrol yang ketat terhadap proses fermentasi dan pengolahan yang dapat mempengaruhi kandungan alkohol.

c. Kebersihan dan Steril Peralatan

Aspek kebersihan dan sterilisasi peralatan dalam proses produksi Brem Suling Istimewa telah menjadi perhatian utama produsen. Seluruh peralatan produksi seperti dandang, tampah, alat pres, alat pemotong, dan mesin pencuci beras dipastikan dalam kondisi bersih sebelum dan sesudah digunakan. Prosedur pembersihan dilakukan secara manual dengan air mengalir dan menggunakan kain bersih, yang menunjukkan adanya kesadaran produsen terhadap pentingnya sanitasi sebagai bagian dari kualitas produk. Penggunaan alat-alat tradisional yang dirawat dengan baik menunjukkan bahwa, meskipun produksi masih dilakukan secara sederhana, produsen tetap menjaga standar kebersihan yang konsisten. Hal ini memberikan nilai tambah dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap keamanan produk. Saran peneliti kepada produsen ke depan, penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) tertulis dan dokumentasi sanitasi dapat semakin memperkuat sistem kebersihan yang ada, serta mempermudah proses menuju sertifikasi halal. Dengan menerapkan pendekatan yang lebih sistematis dan terdokumentasi, usaha ini tidak hanya memenuhi standar kebersihan umum, tetapi juga dapat menjamin kesucian peralatan sesuai prinsip syariah, sebagai bagian dari komitmen menuju produk yang *halalan thayyiban*.

d. Pengemasan Brem

Proses pengemasan Brem Suling Istimewa dilakukan dengan perhatian yang cermat untuk menjaga kualitas dan kesegaran produk. Setelah brem padat dikeringkan dengan sempurna, produk dikemas menggunakan wadah kedap udara, seperti plastik vakum atau toples, yang berfungsi untuk melindungi brem dari kontaminasi eksternal dan menjaga kualitas tekstur serta kebersihan. Pemilihan material kemasan yang tepat menunjukkan keseriusan produsen dalam menjaga integritas produk sampai ke tangan konsumen. Selain itu, pengemasan yang baik juga memperpanjang masa simpan produk, yang memungkinkan Brem Suling Istimewa untuk tetap bertahan dalam kondisi terbaik dalam waktu yang lebih lama. Untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan konsumen, produsen dapat mencantumkan label halal dan informasi mengenai cara penyimpanan produk pada kemasan, yang akan memberikan keamanan tambahan bagi konsumen, terutama yang memperhatikan standar halal. Dengan langkah-langkah ini, Brem Suling

Istimewa dapat lebih menguatkan komitmen terhadap kualitas dan kehalalan produk serta memberikan pengalaman konsumen yang lebih baik.

4. Motivasi & Komitmen Untuk Sertifikasi

Pemilik usaha Brem Suling Istimewa menunjukkan adanya motivasi dan komitmen yang positif dalam upaya memperoleh sertifikasi halal. Meskipun hingga saat ini produk belum memiliki label halal resmi, hasil wawancara menunjukkan bahwa pemilik telah memiliki kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal, terutama dalam menjangkau pasar konsumen Muslim yang mengutamakan aspek kehalalan dalam setiap produk yang mereka konsumsi. Salah satu faktor pendorong kuat dari keinginan tersebut adalah kebutuhan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, sekaligus sebagai upaya adaptasi terhadap regulasi pemerintah seperti Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Produsen juga menyadari bahwa dengan adanya sertifikasi halal, daya saing produk akan meningkat, baik di tingkat lokal maupun nasional, apalagi mengingat brem merupakan salah satu oleh-oleh khas Madiun yang sering dijadikan buah tangan oleh wisatawan. Kendala utama yang sempat menghambat proses sertifikasi sebelumnya adalah biaya administrasi yang dirasa cukup besar, terutama bagi skala usaha mikro. Namun demikian, seiring dengan adanya program bantuan pemerintah dan informasi mengenai skema sertifikasi halal gratis atau *self-declare* untuk UMK, produsen menunjukkan komitmen untuk segera memulai proses sertifikasi dalam waktu dekat.

Komitmen ini juga tercermin dari keikutsertaan produsen dalam pendampingan sertifikasi halal, yang menandakan kesediaan untuk belajar dan meningkatkan pemahaman mengenai prosedur dan standar kehalalan. Dengan dorongan dari konsumen, kesadaran akan syariat Islam, dan dukungan regulasi, Brem Suling Istimewa memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi produk tradisional yang tidak hanya unggul dari segi rasa, tetapi juga terjamin kehalalannya, sehingga mampu memenuhi ekspektasi pasar dan menambah nilai spiritual serta ekonomi bagi produsen.

Table 6.5 Rekap wawancara dengan pemilik dan karyawan brem suling

istimewa¹⁸⁷

No	Aspek	Pernyataan narasumber	Analisis singkat
1.	Motivasi Pasar	"Sekarang banyak produsen brem lain yang udah ada sertifikat halalnya, Mbak. Jadi ya kami harus ikut, supaya nggak kalah saing.	Ada dorongan kuat untuk mengikuti sertifikasi agar tetap bersaing di pasar oleh-oleh Madiun.
2.	Persepsi Konsumen Muslim	"Kalau udah ada label halal, orang biasanya langsung percaya."	Sertifikasi halal dianggap sebagai simbol kepercayaan dan jaminan kualitas bagi konsumen.
3.	Kesadaran Regulatif	"Kami juga ingin ikut aturan pemerintah soal produk halal. Takutnya nanti malah susah jualan kalau belum punya label."	Adanya kesadaran akan pentingnya mengikuti UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
4.	Kendala Biaya & Informasi	"Dulu kami kira ngurus halal itu cuma buat pabrik besar aja, Mbak. Tapi ternyata UMKM juga bisa, bahkan gratis."	Pemahaman awal terbatas, namun sudah berubah setelah mendapatkan pendampingan dan informasi program.
5.	Langkah Legalitas Merek	"Dulu mereknya Suling Gading, tapi banyak yang pakai. Kami ganti ke Suling Istimewa biar aman dan bisa didaftarkan halal."	Menunjukkan kesiapan administratif sebagai bagian dari proses sertifikasi.

¹⁸⁷ Yuli, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025

No	Aspek	Pernyataan narasumber	Analisis singkat
6.	Motivasi Keagamaan	"InsyaAllah niat kami dari awal ingin bikin makanan yang baik dan halal. Semua bahan dan alat kami pastikan bersih dan aman."	Adanya nilai religius sebagai dasar dalam menjalankan usaha makanan sesuai prinsip halalan thayyiban.
7.	Komitmen dalam Tindakan Nyata	"Kami sudah ikut pendampingan dan mulai siapkan dokumen. Semoga segera bisa dapat sertifikat halal, biar makin dipercaya orang."	Produsen tidak hanya memiliki niat, tetapi sudah mulai mengambil langkah konkret untuk sertifikasi.

Sumber: Wawancara

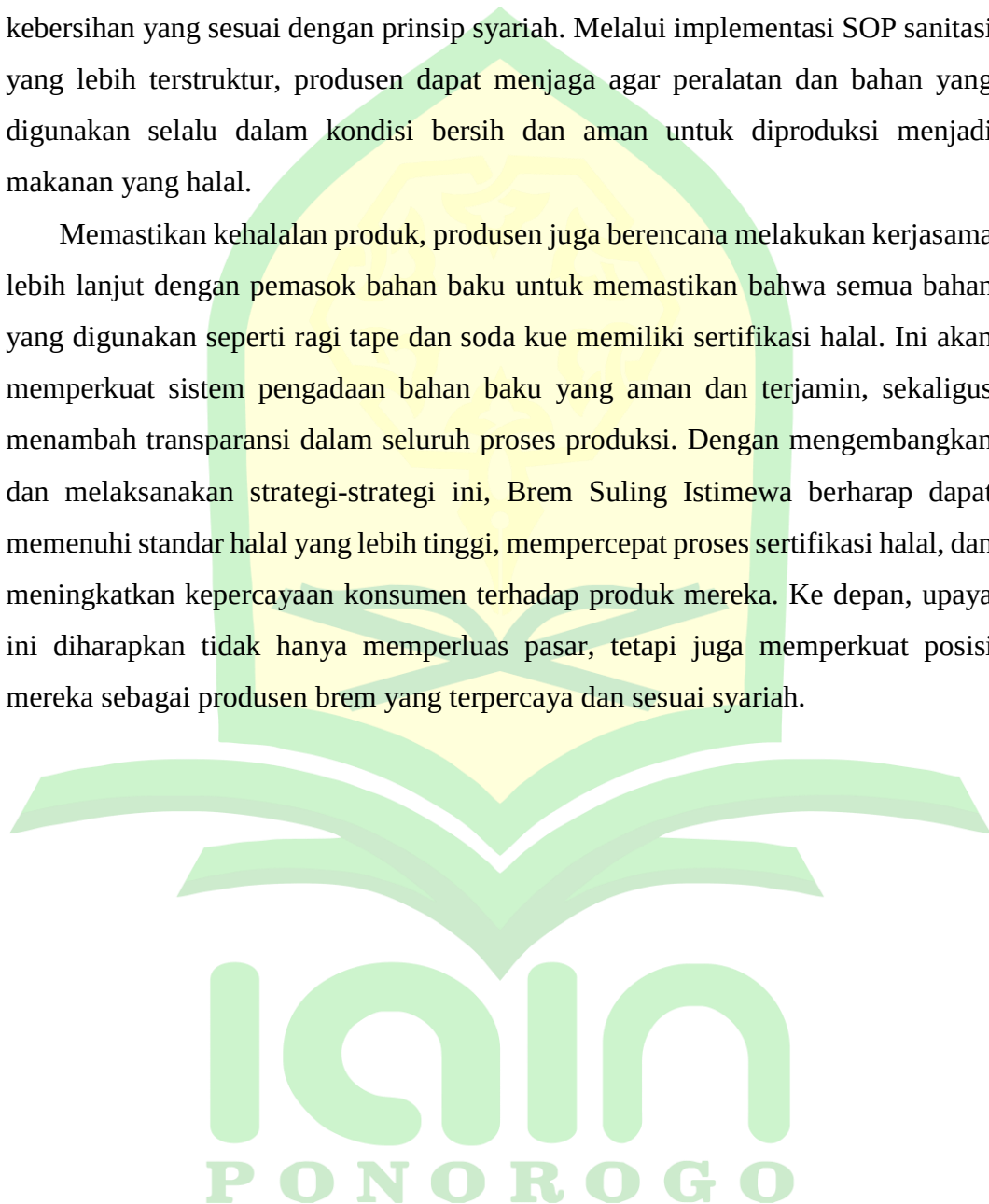
5. Strategi Yang Dilakukan

Untuk mendapatkan sertifikasi halal, Brem Suling Istimewa telah mengembangkan beberapa strategi yang mendukung komitmen mereka terhadap kepatuhan syariah dan standar halal. Pertama, produsen telah melakukan pendampingan sertifikasi halal untuk memahami dengan lebih mendalam tentang proses sertifikasi yang melibatkan standar dan prosedur yang harus dipenuhi. Pendampingan ini membantu produsen mengetahui langkah-langkah teknis yang diperlukan dalam pengajuan sertifikasi halal, serta memberikan pemahaman tentang pentingnya dokumentasi yang lengkap dan transparansi dalam setiap aspek produksi.

Kedua, produsen juga menunjukkan komitmen untuk memperbaiki proses produksi dengan cara memperhatikan titik kritis yang dapat mempengaruhi kehalalan produk, seperti pengawasan terhadap kadar alkohol dalam air tape yang dihasilkan dari proses fermentasi. Untuk itu, produsen berencana untuk melakukan uji alkohol secara rutin pada setiap batch produksi, guna memastikan bahwa kadar alkohol dalam produk akhir, terutama brem padat, tetap berada dalam batas yang diterima oleh syariat Islam.

Ketiga, Brem Suling Istimewa berencana untuk meningkatkan standar sanitasi dan kebersihan peralatan dengan membuat SOP sanitasi yang lebih formal dan terdokumentasi. Hal ini akan memastikan bahwa setiap tahap dalam proses produksi, dari pengolahan bahan hingga pengemasan, memenuhi standar kebersihan yang sesuai dengan prinsip syariah. Melalui implementasi SOP sanitasi yang lebih terstruktur, produsen dapat menjaga agar peralatan dan bahan yang digunakan selalu dalam kondisi bersih dan aman untuk diproduksi menjadi makanan yang halal.

Memastikan kehalalan produk, produsen juga berencana melakukan kerjasama lebih lanjut dengan pemasok bahan baku untuk memastikan bahwa semua bahan yang digunakan seperti ragi tape dan soda kue memiliki sertifikasi halal. Ini akan memperkuat sistem pengadaan bahan baku yang aman dan terjamin, sekaligus menambah transparansi dalam seluruh proses produksi. Dengan mengembangkan dan melaksanakan strategi-strategi ini, Brem Suling Istimewa berharap dapat memenuhi standar halal yang lebih tinggi, mempercepat proses sertifikasi halal, dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka. Ke depan, upaya ini diharapkan tidak hanya memperluas pasar, tetapi juga memperkuat posisi mereka sebagai produsen brem yang terpercaya dan sesuai syariah.



BAB VII

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Kepercayaan konsumen

Secara keseluruhan, kepercayaan konsumen terhadap Brem Suling Istimewa dipengaruhi oleh kualitas produk yang konsisten, reputasi baik dari pengecer, dan hubungan jangka panjang yang terjalin antara pengecer dan produsen. Meskipun produk ini tidak memiliki sertifikasi halal, konsumen tetap percaya pada kualitas dan integritas yang terjaga, berkat pengalaman positif dan kepercayaan yang telah dibangun selama bertahun-tahun. Namun, untuk memperkuat kepercayaan lebih lanjut, sertifikasi halal menjadi aspek yang diharapkan oleh sebagian konsumen. Teori kepercayaan konsumen sangat relevan dalam menjelaskan fenomena ini, di mana kualitas produk, reputasi merek, serta hubungan yang kuat dengan pengecer menjadi faktor utama dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap produk Brem Suling Istimewa.

2. kepatuhan syariah

Tentang kepatuhan syariah, meskipun Brem Suling Istimewa memiliki basis konsumen yang setia dan sudah dikenal di masyarakat, ketidakjelasan status halal produk ini tanpa sertifikasi resmi menciptakan keraguan di kalangan konsumen Muslim, terutama yang lebih mendalami fiqih dan mengutamakan kepastian halal dalam konsumsi mereka. Meskipun bahan baku produk ini dianggap halal, proses verifikasi formal sangat penting untuk memastikan bahwa produk tersebut memenuhi standar syariah secara utuh dan menghindari kategori syubhat. Oleh karena itu, sertifikasi halal resmi sangat diperlukan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, memberikan jaminan kepatuhan syariah, dan memperkuat posisi Brem Suling Istimewa di pasar yang semakin peduli dengan aspek kehalalan produk.

3. Sertifikasi halal

Brem Suling Istimewa telah memenuhi beberapa aspek administratif dan legalitas (memiliki SPP-PIRT), tetapi masih perlu peningkatan dalam sertifikasi halal. Pertama, Kesiapan Legal, brem suling istimewa sudah berizin, tetapi perlu penyesuaian proses produksi untuk standar halal lengkap. Kedua, Kandungan Alkohol, untuk air tape: 3,9% (melebihi batas halal) dan Brem padat: 0,2% (masih dalam toleransi). Ketiga, Praktik Produksi, dari Bahan baku lokal (beras ketan & ragi) perlu sertifikasi halal. Kelima, Kebersihan alat sudah baik, tetapi perlu SOP tertulis. Keenam, Komitmen Halal, Ada motivasi kuat dari persaingan pasar, kepercayaan konsumen, dan regulasi. Ketujuh, adanya Kendala biaya teratasi dengan program sertifikasi halal gratis UMKM. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa meskipun masih ada tantangan, komitmen produsen dan strategi yang tepat dapat membawa usaha ini menuju sertifikasi halal.

C. Saran

1. Bagi Konsumen, terutama yang beragama Islam, sebaiknya meningkatkan pemahaman serta kesadaran akan pentingnya memastikan makanan dan minuman yang dikonsumsi bersifat halal. Upaya ini dapat dilakukan dengan mencari informasi terlebih dahulu terkait status kehalalan suatu produk, termasuk memeriksa apakah produk tersebut telah bersertifikat halal, serta memperhatikan label halal pada kemasannya sebelum melakukan pembelian. Konsumen juga diharapkan lebih cermat dan proaktif dalam menyampaikan informasi apabila menemukan produk yang kehalalannya masih diragukan.
2. Bagi Produsen, untuk mempertimbangkan pentingnya mendapatkan sertifikasi halal resmi dari lembaga yang diakui guna meningkatkan kepercayaan konsumen, terutama di kalangan konsumen Muslim yang sangat memperhatikan status halal dalam setiap produk yang mereka konsumsi. Selain itu, produsen disarankan untuk transparan dalam proses produksi dan bahan-bahan yang digunakan, serta menyediakan informasi yang jelas tentang aspek syariah produk. Dengan melakukan verifikasi formal dan memperoleh sertifikasi halal, produsen dapat memperluas pangsa pasar dan menjamin

produk mereka memenuhi standar kepatuhan syariah yang dapat diterima oleh konsumen yang lebih kritis.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- (BPJPH), Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, ‘Pedoman Sertifikasi Halal Makanan Dan Minuman Dengan Pengelolaan’ <https://cmsbl.halal.go.id/uploads/78_2023_sk_pedoman_sertifikasi_halal_makanan_dan_minuman_dengan_pengelolaan_3aa915efdf.pdf> [Accessed 19 January 2025]
- Adhari, Iendy Zelvian, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Pasuruan: Cv. Penerbit Qiara Media, 2021)
- Agusti, Netta, ‘Islamic Man: Deep Insights From Monzer Kahf’, *Jurnal Ilmiah Syi’ar*, 21.2 (2021), 82 <<https://doi.org/10.29300/Syr.V21i2.5352>>
- Ajzen, ‘The Theory Of Planned Behavior’, *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50.2 (1991), 179–211
- Al-Dimasyqî, Abî Al-Fidâ Al-Hâfzh Ibn Katsîr, ‘Tafsîr Al-Qur’ân Al-‘Azhîm’, (*Bayrût: Dâr Al-Fikr, 1412h-1992m*), Jilid Iii Dan Jilid Ii
- Al-Dimasyqî, Imam Abî Zakariyyâ Yahyâ Ibn Syaraf Al-Nawâwî, ‘Syarh Shahîh Muslim’
- Al-Sa’dî, ‘Abd Al-Rahmân Ibn Nashir Ibn, *Taysîr Al-Karîm Alrahmân*
- Aldabena, : M. Reyhan, ‘Penerapan kepatuhan syariah Pada Jual-Beli Dropshipping Fashion Di Marketplace Frozenshop . Com Oleh : Nama Mahasiswa Nim Bku : M . Reyhan Aldabena : Hukum Bisnis Program Studi Hukum Program Magister Fakultas Hukum’ (Universitas Islam Indonesia, 2022)
- Ali Chaerudin, Inta Hartaningtyas Rani & Velma Alicia, *Sumber Daya Manusia : Pilar Utama Kegiatan Operasional Organisasi* (Jawa Barat: Cv. Jejak, 2020)
- Amiah, Rusnathul, Andi Elviani, And Desy Rahmawati Anwar, ‘Efektivitas Sertifikasi Kepercayaan Konsumen Halal Dalam Meningkatkan’, 7.2 (2024), 1560–65
- Ardhana, Maha Puspa, Universitas Bina Bangsa, And Kota Serang Banten, ‘Analisis Strategi Daya Saing Bisnis Di Era Digital’, 2025
- Ardayan, E., Boari, Y., Akhmad, A., Yuliyani, L., Hildawati, H., Suarni, A., ... & Judijanto, L, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif: Pendekatan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif Di Berbagai Bidang* (Jambi: Pt. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023)
- Ari Kadi, Dian Citaningtyas, Rizal Ula Ananta Fauzi, Kamal Ali Riziq, Aji Pamungkas, And Selly Andan Ria Rossanto, ‘Inovasi Strategi Pemasaran Sentra Industri Brem Madiun Dalam Menghadapi Persaingan Di Masa Pandemi Covid 19’, *Indonesia Berdaya*, 2.2 (2021), 87–95 <<https://doi.org/10.47679/Ib.202161>>
- As Syifa’ Khoirun N, Bahrul Ulum, Arvi Noviansyah, Arwhilan Tiyani, Asti Elysia P, Ashfa Fikriyah, ‘Mengoptimalkan Kepatuhan Terhadap Prinsip-Prinsip Syariah Dan Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Melalui Pendampingan Sertifikasi Label Halal Pada Umkm’, *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1.3 (2023)
- Asep Muhammad Ramdan, Leonita Siwiyanti, Kokom Komariah, Euis Saribanon, *Manajemen Pemasaran* (Sukabumi: Haura Utama, 2023)

- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (Bpjp), 'Produk Ini Harus Bersertifikat Halal Di Oktober 2024, Bpjp Imbau Pelaku Usaha Segera Urus Sertifikasi Halal' <<https://bpjp.halal.go.id/detail/produk-ini-harus-bersertifikat-halal-di-oktober-2024-bpjp-imbau-pelaku-usaha-segera-urus-sertifikasi-halal/>> [Accessed 19 January 2025]
- 'Badan Pusat Statistik Kabupaten Madiun', 2021 <<https://madiunkab.bps.go.id/id/statistics-table/1/mja5ncmx/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-agama-yang-dianut-di-kabupaten-madiun-2019.html>>
- Bedi, Suneal, And W. Michael Schuster, 'Towards An Objective Measure Of Trademark Fame', *Ssrn Electronic Journal*, 7 (2020) <<https://doi.org/10.2139/ssrn.3546943>>
- 'Brem, Wadah Baru Pelaku Ekonomi Kreatif Kabupaten Madiun', *Pemerintah Kabupaten Madiun*, 2024
- Chandra, Johnny, 'Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Analisis Signifikansi Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Jasa Terhadap Keputusan Pembelian', 1.November (2023), 83–89
- Fajri, Annisa, Dhea Kournikofa, And Haerudin, 'Kepercayaan Sebagai Pemediasi Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Event Organizer', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3.3 (2023), 15–21 <<https://doi.org/10.55606/jimak.v3i3.1568>>
- Al Farisi, Muhammad Salman, 'Masyarakat Terhadap Pembelian Produk Makanan Halal Di Dusun Mlangi Yogyakarta', *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 1.2 (2020), 60–75 <<https://doi.org/10.51805/jmbk.v1i2.12>>
- Firmansyah, Anang, *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning & Strategy* (Surabaya: Qiara Media, 2023)
- Hartini, Malahayatie, 'Implikasi Sertifikat Halal Dalam Manejemen Bisnis Industri Makanan Dan Minuman', *Great: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1.02 (2024), 39–54 <<https://doi.org/10.55799/tawazun.v1i1i02.322>>
- Hasanah, Riskiyatul, Yuni Dhea Utari, And Delia Desvianti, 'Demagogi Journal Of Social Sciences , Economics And Education Pengaruh Aspek Hukum Dan Etika Bisnis Terhadap Keberlanjutan Usaha Di Era Digital', 2.3 (2024), 95–110
- Hasibuan, Syahrial, Iesyah Rodliyah, Sitti Zuhaerah Thalhah, Paskalina Widiastuti Ratnaningsih, And Andi Aris Mattunruang S E, *Media Penelitian Kualitatif, Jurnal Equilibrium*, 2022, V <<http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>>
- Huda, Muhammad Nujulul, 'Pengaruh Kualitas Produk Halal, Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Pembelian Kembali Dengan Loyalitas Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Penjualan Produk Pizza Hut Di Kota Solo', *Tesis*, 2022, 1–160
- Huda, Nurul, 'Implementasi Konsep Homo Islamicus Monzer Kahf Dalam Entrepreneurship Kiai Mahmud Ali Zain', *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 6.2 (2021), 121 <<https://doi.org/10.24235/jm.v6i2.7931>>
- Huda, Universitas Nurul, 'Oleh: Mukhamad Fathoni, M.Pd.I.', 2023

- Ibrahim, Afif Maulana, And Hapzi Ali, 'Determinan Keputusan Pembelian : Kualitas Website Dan Kualitas Produk', 2.3 (2024), 140–50
- Jateng, Nu Online, 'Allah Hanya Menerima Yang Baik' <<https://jateng.nu.or.id/keislaman/allah-hanya-menerima-yang-baik-itbru>> [Accessed 21 January 2025]
- Joko, Evrina, Bella Hartati, *Manajemen Marketing Dan Kepuasan Pelanggan: Hubungan Yang Kuat* (Padang: Takaza Innovatix Labs Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (Ikapi), 2024)
- Kahf, Monzer, *Islamic Economics: A Short History Of An Idea* (Boston, 2006)
- , 'Zakah And Prohibition Of Riba In The Islamic Economic System', 1997, 1–22
- 'Keputusan Menteri Agama R.I.Nomor 518 Tahun 2001 Tanggal 30 November 2001 tentang pedoman Dan Tata Cara Pemeriksaan Dan Penetapan Pangan Halal Menteri Agama Republik Indonesia'
- Laely, Nur, 'Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada Pt. Telkomsel Di Kota Kediri', *Jmm17*, 3.02 (2016) <<https://doi.org/10.30996/Jmm17.V3i02.802>>
- M. Afdhal, Komang, Ningsi, Nini, Iin, Ayuliamita, *Metode Penelitian Kualitatif: Panduan Praktis Untuk Analisis Data Kualitatif Dan Studi Kasus* (Jambil: Pt. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023)
- M. Askari Zakariah, Vivi Afriani, M. Zakariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research And Development (R And D)* (Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka, 2020)
- Matsuki, 'Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia', *Kementerian Agama Republik Indonesia*, 2020 <<https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt>>
- Mauludin, M. S., 'Mauludin, M. Soleh. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce.', *Proceedings Of Islamic Economics, Business, And Philanthropy*, 1.1 (2022), 108–23
- Mega Hasibuan, And Zuhrinal M Nawawi, 'Peran Etika Bisnis Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen', *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 3.1 (2023), 50–68 <<https://doi.org/10.55606/Jempper.V3i1.2426>>
- Megavitry, Rissa, *Buku Ajar Pendidikan Konsumen* (Nem, 2024)
- Mowen, J. C, Minor, M, *Perilaku Konsumen*, Edisi Keli (Jakarta: Erlangga, 2002)
- Nanang Suryadi, Ananto Basuki, Wahdiyat Moko, Mugiono, *Etika Bisnis* (Malang: Ub Press, 2021)
- Nasir, Abdul, Nurjana, Khaf Shah, Rusdy Abdullah Sirodj, And M Win Afgani, 'Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif 1', *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3.5 (2023), 4445–51 <<https://j-innovative.org/index.php/innovative%0apendekatan>>
- Nasuka, Moh, *Buku Monograf Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Pendekatan Etika Pemasaran Islam* (Jepara: Unisnu Press, 2021)
- Nisaa, Mdc, *Implementasi Fatwa Mui No.4 Tahun 2003 Tentang Standardisasi Fatwa Halal Terhadap Pembuatan Produk Olahan Brem Di Madiun (Studi*

- Kasus Di Industri Rumah Tangga Brem Suling Istimewa, Iain Ponorogo*, 2021, V
- Nora Anisa Br. Sinulingga, Hengki Tamando Sihotang, *Perilaku Konsumen: Strategi Dan Teori* (Iocs, 2023)
- Priya Zenita, Berliana, And Putri Restuti, 'Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Skincare Melalui Endorsement Dari Influencer Muslim Purchasing Confidence In Skincare Products Through Endorsements From Muslim Influencers', *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 5.2 (2024), 143–60 <<https://doi.org/10.37366/Ekomabis.V5i02.1407>>
- 'Proyeksi Penduduk Indonesia 2020-2050', 2023 <<https://www.bps.go.id/publication/2023/05/16/fad83131cd3bb9be3bb2a657/proyeksi-penduduk-indonesia-2020-2050-hasil-sensus-penduduk-2020.html>>
- Rafki, Mirna, Idris Parakkasi, And Sirajuddin Sirajuddin, 'Peran Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kepercayaan Dan Repeat Order Konsumen', *Journal Of Islamic Economics And Finance Studies*, 3.2 (2022), 121 <<https://doi.org/10.47700/jiefes.V3i2.4868>>
- Rayyahun, Annisa, Achmad Abubakar, And Muhammad Galib, 'Rekonstruksi Paradigma Jual Beli Dalam Perspektif Al-Quran : Evaluasi Kritis Terhadap Sertifikasi Dan Labelisasi Produk Halal', *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam (Sebi)*, 7.1 (2025), 1–8
- Ri, Bpk, 'Uu No. 33 Tahun 2014' <<https://peraturan.bpk.go.id/details/38709/uu-no-33-tahun-2014>> [Accessed 19 January 2025]
- Rizky Fadilla, Annisa, And Putri Ayu Wulandari, 'Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan', *Mitita Jurnal Penelitian*, 1.No 3 (2023), 34–46
- Roger C. Mayer, James H. Davis And F. David Schoorman Source, 'An Integrative Model Of Organizational Trust Author', *Academy Of Management Review*, 30 (3) (1995), 709–34
- Rojak, Abdul, Halimah Auliya Rahayu, Kalyca Najami, Hafidlatul Hurma, Kata Kunci, Fikih Entitas, And Others, 'Memahami Konsep Fikih Entitas Syariah Terkait Produk Halal', *Gunung Djati Conference Serie*, 42 (2024), 25–30
- Saputro, Angga Dwi, Joko Utomo, And Supriyono Supriyono, 'Strategi Pemasaran Berbasis Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Gaya Hidup: Studi Kasus Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Mitsubishi Di Kabupaten Kudus', *Journal Of Innovation In Management, Accounting And Business*, 3.1 (2024), 1–10 <<https://doi.org/10.56916/jimab.V3i1.503>>
- Sari, Mila Diana, *Perilaku Konsumen* (Uwais Inspirasi Indonesia, 2023)
- Sawlani, Dhiraj Kelly, *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021)
- Schirm, Johannes, Gabriela Tullius, And Jacob Habgood, 'Towards An Objective Measure Of Presence', 7 (2019), 671–78 <<https://doi.org/10.1145/3341215.3356263>>
- 'Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (Spp-Pirt)' <<https://dinkes.slemankab.go.id/pirt-terbit/>> [Accessed 5 February 2025]

- Siddiqi, Mohammad Nejatullah, *The Palgrave Encyclopedia Of Islamic Finance And Economics* (Turki, Istanbul: Palgrave Macmillan, 2024) <https://doi.org/10.1007/978-3-030-93703-4_468-1>
- Sinulingga, Nora Anisa Br, Et Al., *Perilaku Konsumen: Strategi Dan Teori*. (Iocs Publisher, 2023)
- Sudarmi, S., Sapa, N. B., Muthiadin, C. ., Syam, A., & Agus, A., 'Kepatuhan Terhadap Prinsip Halal Dalam Industri Kosmetik: Implikasi Terhadap Preferensi Konsumen Muslim', *Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4.2 (2025), 2300–2306
- Sumadi, Tho'in, M., Efendi, T., & Permatasari, D. (, 'Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store)', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02) (2021), 1117–27
- Surabaya, Warga, 'Observasi', 2025
- Sutedi, Adrian, *Perbankan Shari'ah, Tinjauan Dan Beberapa Segi Hukum* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009)
- Syahrani, Muhammad, 'Membangun Kepercayaan Data Dalam Penelitian Kualitatif', *Primary Education Journal (Pej)*, 4.2 (2020), 19–23 <<https://doi.org/10.30631/Pej.V4i2.72>>
- Syari, Perbankan, 'Jurnal Ekonomika', 12.2 (2024), 11–20
- Widayanto, Mutinda Teguh, Abdul Haris, And Lailatus Syarifah, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian', *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4.1 (2023), 29–40 <<https://doi.org/10.53682/Mk.V4i1.5821>>
- Wijaya, Buana Handa, Akbar Dzukha Asyiqin, And Sherly Marno Rahayu, 'The Relevance Of Monzer Kahf's Views On Islamic Banking In Indonesia', *Invest Journal Of Sharia & Economic Law*, 3.1 (2023), 120–38 <<https://doi.org/10.21154/Invest.V3i1.5875>>
- Zhafirah, Aprilia, 'Analisis Aspek Penentu Niat Konsumen Dalam Membeli Produk Bakery Halal', 2022

Wawancara, Observasi dan Dokumentasi:

- Ahmad, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025
- Ana, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025
- Cahyo Januarko, 'Observasi', 23 Februari 2025
- Diah Novita, 'Observasi', 23 Februari 2025
- Diyah, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025
- Djariyah, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025
- Dokumentasi Balai Riset Dan Standardisasi Industri Surabaya (Madiun: 21 Februari 2025).
- Elfita, 'Wawancara', Madiun, 22 Februari 2025
- Ghea, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025

Halimatus, 'Observasi', 23 Februari 2025
Khabib Ilham, 'Observasi', 23 Februari 2025
Novi, 'Wawancara', Madiun, 22 Februari 2025
Observasi Di Usaha Brem Suling Istimewa, Madiun 21 Februari 2025
Observasi Di Usaha Brem Suling Istimewa, Madiun 21 Februari 2025
Rubiyah, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025
Salamun, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025
Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (Spp-Pirt)
Singgih Prasetyo, 'Observasi', 23 Februari 2025
Sutaji, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025
Suwadji, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025
Warga Surabaya, 'Observasi', 23 Februari 2025
Wulan, 'Wawancara' Madiun, 22 Februari 2025
Yuli Tri Wulan Sari, Wawancara, Madiun, 21 Februari 2025



LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
PASCASARJANA**

Terakreditasi Unggul sesuai SK BAN-PT Nomor : 1975/SK/BAN-PT/Ak/PT/X/2024
Alamat : Jl. Pramuka 156 Ponorogo 63471 Telp. (0352) 481277 Fax. (0352) 461893
Website: www.pasca.iainponorogo.ac.id Email: pasca@iainponorogo.ac.id

Nomor : B- 924/In.32.6/PP.00.9/02/2025 Ponorogo, 20 Februari 2025
Lampiran : -
Perihal : PERMOHONAN IZIN PENELITIAN

Kepada:
Produsen Brem

Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat kami sampaikan bahwa mahasiswa/i berikut ini:

Nama : Hayu Afian
NIM : 501230009
Semester : 4
Prodi : Magister Ekonomi Syariah
Judul Penelitian : Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Brem Tanpa Label Halal Oleh
Produsen Brem Di Kabupaten Madiun

Waktu Penelitian : 21 s/d 30 Maret 2025

Dalam rangka penulisan karya ilmiahnya perlu melakukan penelitian di Desa Kaliabu, Mejayan, Kabupaten Madiun . Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon dengan hormat kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin dan petunjuk/pengarahan guna kepentingan dimaksud.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Lampiran 2. Dokumentasi



Lampiran 3. Tabel

Tabel	Uraian	Halaman
4.1	Daftar produk brem suling istimewa	44
4.2	Laporan Keuangan Brem Suling Istimewa per 31 Januari 2025	53
4.3	Data Konsumen	59
6.1	Data Usaha Brem Suling Istimewa	80
6.2	Data sampel air tape dan brem	85
6.3	Hasil Uji Laboratorium terhadap Kandungan Kadar Alkohol pada Air Tape dan Brem	86
6.4	Hasil Status halal Brem	87
6.5	Rekap wawancara dengan pemilik dan karyawan brem suling istimewa	96

Lampiran 4. Daftar Gambar

Gambar	Uraian	Halaman
4.1	Saluran Distribusi Produk Brem Suling Istimewa	48
4.2	Produk Brem Suling Istimewa	50
4.3	Saluran Distribusi Produk Brem Suling Istimewa	51
4.4	Platform E-Commerce Produk Brem Suling Istimewa	42

Lampiran 5. Transkrip Wawancara

No	Nama	Pekerjaan	Hasil wawancara
1.	Wulan ¹⁸⁸	Karyawan Toko Grosir	“Kami sudah lama kerja bareng dengan Brem Suling Istimewa, jadi kami tahu banget gimana proses produksinya. Kami pilih pakai kemasan sendiri supaya produk tetap segar dan kualitasnya terjaga pas sampai ke tangan konsumen. Kami juga yakin, konsumen yang beli Brem di toko kami udah percaya sama produk ini, karena mereka tahu rasanya selalu enak dan kualitasnya nggak pernah berubah” “kualitas brem ini nggak pernah berubah, dan itu penting banget buat kami sebagai penjual. Setiap kali kami terima pasokan, kami tahu kualitasnya pasti oke, jadi kami nggak ragu untuk jual ke konsumen. Konsistensi kualitas yang terjaga ini bikin kami dan pengecer lain semakin percaya sama produk ini, sehingga Brem Suling Istimewa selalu ada di pasaran dengan reputasi yang bagus”
2.	Ghea ¹⁸⁹	Ibu Rumah Tangga	“Sebenarnya, saya tidak tau mbak brem ini sudah bersertifikat halal atau belum dari rumah industrinya. Tapi saya sudah sering beli brem disini, karena saya percaya kalau brem yang dijual disini pasti halal karena sudah sering beli. Saya juga yakin mba pasti

¹⁸⁸ Wulan, ‘Wawancara’ Madiun, 22 Februari 2025

¹⁸⁹ Wulan, ‘Wawancara’ Madiun, 23 Februari 2025

			toko grosir ini ambil barang pasti berkualitas. Soal e bremnya juga enak mba. Kalu saya lebih seneng beli disini karena sudah lama berlangganan disini”
No	Nama	Pekerjaan	Hasil wawancara
3.	Ana ¹⁹⁰	Ibu Rumah Tangga	“Sebenarnya, saya udah cukup percaya sama kualitas brem disini mba. Tapi kalau ada sertifikasi halal, pasti lebih ngerasa tenang. Karena kan sekarang banyak makanan yang dijual bebas belum ada label halalnya. Ini juga bukan cuma buat saya, tapi juga buat keluarga dan temen-temen yang mungkin lebih perhatian sama status label halal. Kalau udah ada sertifikasi, saya nggak bakal ragu lagi buat beli, dan pastinya juga bisa bantu penjual biar lebih dipercaya konsumen lainnya”
4.	Warga Surabaya ¹⁹¹	-	“Sudah 3 thn langganan dg Brem Suling Istimewa....krn rasanya memang maknyuss”
5.	Singgih Prasetyo ¹⁹²	-	“Wenak bos nagihi bremnya. Bisa buat langganan kalo lagi ngidam brem”
6.	Cahyo Januarko ¹⁹³	-	“Brem paling enak harga juga lmyan murah kualitas ok gak kecewa beli disini lagi”

¹⁹⁰ Ana, ‘Wawancara’ Madiun, 22 Februari 2025

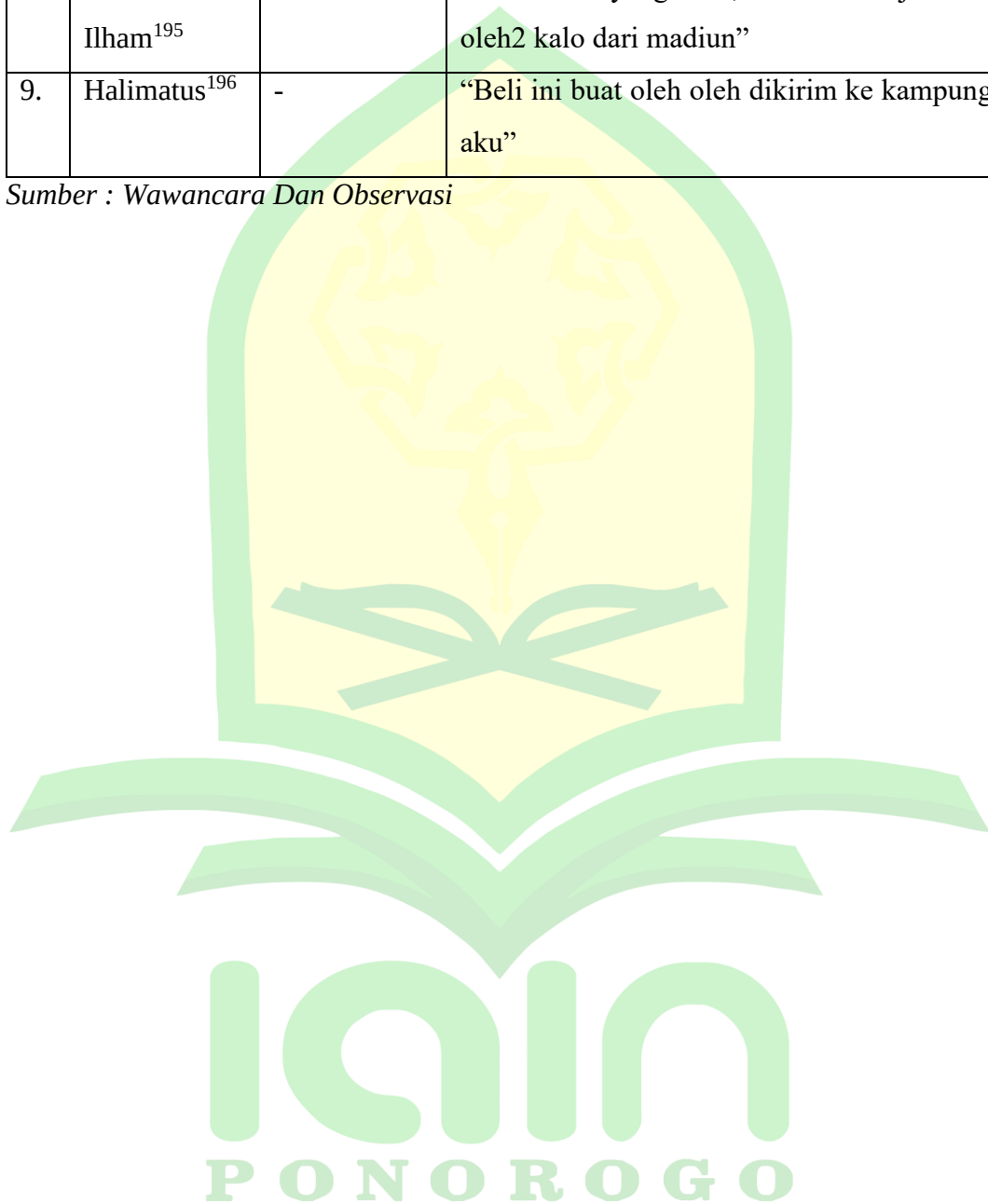
¹⁹¹ Warga Surabaya, ‘Observasi’, 23 Februari 2025.

¹⁹² Singgih Prasetyo, ‘Observasi’, 23 Februari 2025.

¹⁹³ Cahyo Januarko, ‘Observasi’, 23 Februari 2025.

7.	Diah Novita ¹⁹⁴	-	“Bremnya enak, harga murah banget, pokoknya TOP BGT deh”
8.	Khabib Ilham ¹⁹⁵	-	“Rasa brem yang khas, enak dan wajib buat oleh2 kalo dari madiun”
9.	Halimatus ¹⁹⁶	-	“Beli ini buat oleh oleh dikirim ke kampung aku”

Sumber : Wawancara Dan Observasi



¹⁹⁴ Diah Novita, ‘Observasi’, 23 Februari 2025.

¹⁹⁵ Khabib Ilham, ‘Observasi’, 23 Februari 2025.

¹⁹⁶ Halimatus, ‘Observasi’, 23 Februari 2025.