

## ABSTRAK

*Musthafa Hasan B: Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Labelisasi Halal Pada Produk Halal Non Makanan Di Kota Bandung*

Dalam UU JPH dikatakan bahwa ada 8 produk yang penting untuk disertifikasi halal diantaranya ada makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, dan produk rekayasa genetik serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Namun masyarakat ternyata masih banyak yang menganggap bahwa sertifikasi halal ini hanya perlu bagi makanan dan minuman saja, labelisasi halal pada produk non makanan masih belum populer di masyarakat dan masih dianggap hanya sebatas strategi pemasaran saja atau “*value added*” (nilai tambah).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas dan berdasarkan bukti ilmiah bagaimana persepsi masyarakat terhadap labelisasi pada produk non makanan tersebut, apakah setuju atau tidak setuju dan penting atau tidak penting. Kemudian juga untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi persepsi tersebut.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari hasil survey lapangan melalui kuisioner yang diisi oleh 300 sampel masyarakat Kota Bandung. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi logistik biner dengan melalui pengujian kelayakan model, uji keseluruhan model, uji ketepatan klasifikasi, dan uji hipotesis secara simultan dan parsial. Adapun untuk pengolahan datanya yaitu dengan menggunakan aplikasi software *SPSS Statistic Version 25* dan *Microsoft Excel 2016* sebagai penunjang pengolahan data awal.

Adapun temuan pada penelitian ini bahwa mayoritas penduduk masyarakat yang ada di Kota Bandung yang masuk kedalam responden dalam penelitian ini memiliki persepsi setuju dan menganggap penting adanya labelisasi halal pada produk non makanan, dikarenakan adanya berbagai faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat tersebut.

Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini bahwa sebanyak 86% masyarakat Kota Bandung mereka menyatakan “setuju” dengan labelisasi halal pada produk non makanan. Kemudian 14% lainnya menyatakan tidak setuju dengan adanya labelisasi halal pada produk non makanan. Sedangkan untuk persepsi penting, sebanyak 73,7% masyarakat Kota Bandung mereka menyatakan “penting” dengan labelisasi halal pada produk non makanan. Kemudian 26,3% lainnya menyatakan bahwa adanya labelisasi halal pada produk non makanan ini tidak penting. Sedangkan faktor yang mempengaruhi persepsi tersebut secara signifikan dipengaruhi oleh faktor tingkat pendidikan, usia, pendapatan, pemahaman, akses media informasi, dan pengalaman.

**Kata Kunci** : Labelisasi Halal, Persepsi, Produk Halal