

Analisis Respon Pelaku Usaha Minuman Kopi (*Coffe Shop*) di Kabupaten Sampang Terhadap Kewajiban Sertifikat Halal

Evi Dewi Saputri¹, Ahmad Makhtum²

¹Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura; evidewisaputri01@gmail.com

²Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura; ahmad.makhtum@trunojoyo.ac.id

Article Info

Article history:

Received November 2023

Revised November 2023

Accepted November 2023

Kata Kunci:

Respon, Pelaku Usaha, Sertifikasi Halal, Kewajiban Sertifikasi Halal.

Keywords:

Response, Business Actors, Halal Certification, Halal Certification Obligations.

ABSTRAK

Pemerintah telah mengesahkan UU JPH yang telah berlaku pada Oktober 2019. Undang Undang tersebut telah ditegaskan bahwa produk yang beredar, masuk, dan dijual belikan di Indonesia wajib bersertifikasi halal. Berbagai macam jenis minuman kopi sangatlah beragam dan kebanyakan dari produk-produk yang beredar belum mendapatkan sertifikat halal dikarenakan kesadaran akan produk bersertifikasi halal para pelaku usaha masih sangat rendah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui respon dari pelaku usaha coffee shop di kabupaten sampang mengenai kewajiban sertifikasi halal yang telah berlaku di Indonesia mengingat rendahnya kesadaran pelaku usaha terhadap produk halal. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai solusi dalam menghadapi masalah tentang kewajiban sertifikasi halal. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah kualitatif bersifat deskriptif, yakni melalui data yang telah diperoleh dan dikumpulkan. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan respon yang dikeluarkan oleh para pelaku usaha sangat mendukung adanya kewajiban sertifikasi halal tersebut, namun adanya masalah dalam implementasi UU JPH membuat para pelaku usaha masih enggan untuk melakukan sertifikasi halal.

ABSTRACT

The government has passed the JPH Law which came into effect in October 2019. This law has emphasized that products circulating, entering and being bought and sold in Indonesia must be halal certified. The various types of coffee drinks are very diverse and most of the products in circulation have not received a halal certificate because awareness of halal certified products among business actors is still very low. The purpose of this research is to determine the response of coffee shop business actors in Sampang district regarding the halal certification obligations that have been implemented in Indonesia considering the low awareness of business actors regarding halal products. This research can be used as a solution in dealing with problems regarding halal certification obligations. The research method used by researchers is descriptive qualitative, namely through data that has been obtained and collected. The conclusion of this research shows that the response issued by business actors is very supportive of the halal certification obligation, however, problems in implementing the JPH Law mean that business actors are still reluctant to carry out halal certification.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Name: Evi Dewi Saputri

Institution: Universitas Trunojoyo Madura

Email: evidewisaputri01@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya dengan keanekaragaman, berbagai macam budaya dan agama yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Terdapat 5 agama yang resmi diakui di Indonesia yakni Islam, Kristen, Hindu, Budha, dan Kong Hu Cu. Namun mayoritas masyarakat Indonesia memeluk agama Islam. Berdasarkan data dari *Pew Research Center* penduduk Indonesia pada tahun 2015 yang beragama Islam sebanyak 219,96 juta jiwa atau setara dengan 87,1% dari total penduduk 252,83 juta jiwa. Oleh karena itu Indonesia termasuk dalam negara dengan populasi penduduk terbesar di dunia namun bukan berarti Indonesia merupakan negara muslim (Susetyo dkk., 2019). Dalam agama Islam segala aktivitas yang menyangkut aspek kehidupan umat sangat di perhatikan makanan dan minuman adalah salah satu hal yang sangat diperhatikan dalam Islam. Allah SWT telah berfirman pada Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 168:

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

Artinya: "Hai sekalian Manusia, makanlah yang baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu "

Dalam ayat ini telah dijelaskan bahwasanya kita sebagai manusia muslim harusnya dapat memilah sesuatu yang haram maupun yang halal, dan kita sebagai manusia tidak boleh menghalalkan yang haram serta mengharamkan yang halal. Dalam 68 pasal undang-undang nomor 33 tahun 2014 menegaskan bahwasanya produk yang beredar, masuk, dan dijual belikan di Indonesia wajib bersertifikasi halal. Munculnya undang-undang tentang kewajiban halal tersebut menimbulkan berbagai respon positif maupun negatif dari para pelaku usaha. *Center of Halal Lifestyle and Consumer Studies (CHCS)* melakukan riset kepada konsumen muslim mengenai pentingnya mengkonsumsi makanan halal dan hasilnya 72,5% konsumen muslim menyatakan bahwa mengkonsumsi makanan halal merupakan hal yang sangat penting. Meningkatnya kesadaran para konsumen muslim terutama pada kalangan berpendidikan terhadap pentingnya mengkonsumsi makanan halal merupakan salah satu alasan hal tersebut terjadi (Muzayana, 2018).

Terhitung sejak 17 Oktober 2019 BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) di bawah naungan kemenag telah melaksanakan tugas pertama yaitu kewajiban bersertifikat halal bagi produk makanan dan minuman serta jasa terkait makanan dan minuman. Setelah dua tahun yang penuh dinamika penyelenggaraan sertifikasi halal per 17 Oktober 2021, BPJPH mulai tahapan kedua kewajiban sertifikasi halal bagi produk kosmetik, obat, barang gunaan, dan produk biologi, kimia, dan rekayasa genetika plus jasa logistik, pergudangan, distribusi, penjualan, dan penyajian produk. Data sistem informasi halal BPJPH menyebutkan, sampai 5 November 2021 ada 31.529 pelaku usaha yang mengajukan sertifikasi halal. Dari jumlah tersebut mayoritas pelaku usaha mikro yang mencapai 19.209 atau 60,92%. Menyusul pelaku usaha kecil sejumlah 5.099 atau 16,17%.

Jadi total 76% adalah pelaku UMK (usaha mikro dan kecil) (Matsuki, 2021). Sangat diperlukan terutama pada produk makanan guna menjamin kehalalan produknya. Hal ini dikarenakan Indonesia merupakan negara yang memiliki populasi muslim terbesar sehingga permintaan pasar untuk produk Islam sangat besar. Halal juga menjadi isu yang paling sensitif di Indonesia. Oleh karena itu, sertifikasi halal ini penting dilakukan oleh pelaku usaha. Selain halal menurut syariat Islam, produk yang dikonsumsi oleh masyarakat harus dipastikan “Thayyib” yaitu aman, bersih, baik, dan tidak berbahaya bagi kesehatan manusia.

Undang-undang nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal, telah diubah dengan Undang-undang nomor 11 tahun 2020 tentang cipta kerja, di mana pasal yang diubah ada menyisipkan pasal yang mewajibkan pelaku usaha mikro dan kecil untuk memiliki sertifikasi halal bagi produk olahannya. Kewajiban sertifikasi halal akan berakhir 17 Oktober 2024, berdasarkan Undang-undang no. 33 tahun 2014 beserta turunannya ada tiga kelompok produk yang harus sudah bersertifikat halal seiring dengan berakhirnya penahapan pertama. Pertama, produk makanan dan minuman. Kedua, bahan baku, bahan tambahan pangan, dan bahan penolong untuk produk makanan dan minuman. Ketiga, produk hasil sembelihan dan jasa penyembelihan. Tiga kelompok produk ini harus sudah bersertifikat halal pada 17 Oktober 2024, kalau belum sertifikat halal dan beredar masyarakat, akan ada sanksinya. Dalam Undang-undang perlindungan konsumen (UUPK) Nomor 8 tahun 1999 pasal 62 ayat (1), dijelaskan akibat bagi pelaku usaha atau produsen yang melakukan pendistribusian produk makanan tidak bersertifikat halal, ancamannya berupa sanksi pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000.00 (Dua Milyar Rupiah).

Beberapa faktor yang menyebabkan masih sedikitnya produk makanan bersertifikasi halal yakni belum ditetapkannya standar produk makanan yang halal, belum tersedianya petugas yang menangani masalah produk makanan halal di tiap perusahaan secara merata, kurangnya kebijakan pihak perusahaan dalam memberlakukan sistem produk makanan halal.

Coffe shop atau kedai kopi menjadi tren di kalangan masyarakat khususnya remaja dan mahasiswa di kabupaten Sampang. Tren nongkrong di *coffe shop* tidak hanya sekedar gaya hidup, tetapi juga dapat menjadi sarana berbagi ide, menciptakan hubungan dan mendukung komunitas lokal. Untuk menjaga kelanjutan tren ini, perlu adanya kewajiban perundang-undangan terkait *coffe shop* ini seperti kehalalan produk, kualitas produk, layanan dan keberlanjutan. Hal ini juga yang menjadi urgensi dari *Coffe shop* atau kedai kopi di kabupaten sampang masih kurang mengerti adanya sertifikasi halal. Hal ini membawa peneliti ingin menganalisis bagaimana respon pelaku usaha minuman kopi (*coffe shop*) di kabupaten Sampang terhadap kewajiban sertifikasi halal.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Respon

Respon juga muncul dalam bentuk perilaku lisan maupun perbuatan. Dari perilaku tersebut akan muncul proses pertimbangan yang akan menentukan suatu pesan, objek, atau produk yang dapat diterima dengan baik atau ditolak oleh seseorang. Respon terdiri dari tiga bagian yakni:

Respon Kognitif (the cognitive component)

Respon kognitif yakni respon yang kuat hubungannya dengan pengetahuan, keterampilan, dan informasi seseorang terhadap sesuatu. Respon ini muncul apabila saat ada perubahan pada sesuatu yang dimengerti atau tanggapan dari banyak orang.

Respon Afektif (the affective component)

Respon afektif yakni respon yang berkaitan dengan emosi, sikap, dan menilai seseorang terhadap sesuatu. Respon ini muncul apabila ada perubahan yang digemari oleh masyarakat terhadap sesuatu.

Respon Konatif (the conative component)

Respon konatif (Psikomotorik) yakni respon yang berhubungan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan atau perbuatan (Ridwan, 2019).

2.2 Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah setiap perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

2.3 Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia yang telah diatur dalam pasal 1 angka 10 Undang-undang nomor 33 tahun 2014 menjelaskan tentang jaminan produk halal. Adapun sertifikasi halal yakni suatu proses yang mendapatkan sertifikat halal dengan melalui beberapa proses tahapan untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan sistem jaminan halal (SJH) memenuhi standar LPPOM MUI. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Hiyhalal (BPJPH) Kementerian Agama (Kemenag) telah menerbitkan 2.171 sertifikasi halal (SH) sejak Januari 2023 ini dan memuat 38.480 produk, termasuk mixue yang SH nya terbit tanggal 16 Februari 2023 BPJPH mempersilahkan pelaku usaha mendaftarkan usahanya (Faidah, 2017).

2.4 Kewajiban Pelaku Usaha

Sertifikasi halal adalah suatu kewajiban yang diberikan BPOM dan MUI yang sangat menegaskan bahwa produk pangan yang halal harus sesuai dengan ketentuan standar yang telah ditetapkan, dimana sudah dijelaskan bahwa industri pengolahan fasilitas produksi harus menjamin tidak adanya kontaminasi silang dengan produk yang tidak higienis, fasilitas produksi juga dapat digunakan secara bergantian untuk menghasilkan produk yang disertifikasi dan memastikan dalam prosedur pengolahan tidak terjadi kontaminasi silang (Hasan, 2014).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif bersifat deskriptif dilakukan di 3 tempat *coffe shop* di kabupaten sampang, yaitu melalui data yang diperoleh dan dikumpulkan. Selanjutnya dipahami secara mendalam dan dijabarkan dengan tujuan untuk memberikan gambaran keadaan sebenarnya dari objek penelitian. Penelitian ini dilakukan melalui wawancara dengan pelaku usaha *coffe shop* di kabupaten sampang yaitu, Rehat Coffe, Maksideh Coffe, dan Ameera Coffe. Dapat diartikan bahwa hasil dari wawancara akan menjadi ukuran dalam data respon para pelaku usaha *coffe shop*.

Sumber data yang akan digunakan oleh peneliti berasal dari data primer yang didapatkan melalui wawancara dengan informan utama selaku pemilik usaha *coffe shop* yaitu Rehat Coffe, Maksideh Coffe, dan Ameera Coffe. Hasil wawancara tersebut digunakan untuk mengetahui respon dari pelaku usaha *coffe shop* mengenai kewajiban sertifikat halal. Sedangkan data sekunder didapat melalui dokumen atau data yang sudah ada seperti yang terdapat pada jurnal tentang respon pelaku usaha dan kewajiban sertifikat halal.

Teknik analisis data yang akan digunakan oleh peneliti yaitu pertama, reduksi data berdasarkan observasi melalui wawancara dengan pemilik Rehat coffe, Maksideh coffe, dan Ameera coffe terkait respon pelaku usaha *coffe shop* terhadap kewajiban sertifikat halal. Kedua, penyajian data berdasarkan informasi yang telah dianalisis oleh peneliti dan mudah dipahami. Ketiga, penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan data yang telah diperoleh untuk menjawab dari penelitian (*ANALISIS DATA KUALITATIF | Rijali | Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah, t.t.*).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Coffe shop atau kedai kopi merupakan tempat untuk menikmati kopi yang sekarang banyak diminati oleh masyarakat dari berbagai golongan, baik anak muda maupun kalangan orang dewasa. Hampir diseluruh daerah di Indonesia memiliki kedai kopi dikarenakan adanya perubahan lifestyle atau gaya hidup dari masyarakat dan keuntungan yang didapat juga sangat menjanjikan.¹

Coffe shop atau kedai kopi menjadi tren di kalangan masyarakat khususnya remaja di kabupaten sampang. Tren nongkrong di *coffe shop* tidak hanya sekedar gaya hidup, tetapi juga dapat menjadi sarana berbagi ide, menciptakan hubungan dan mendukung komunitas lokal. Banyak usaha *coffe shop* yang berada di kabupaten sampang di antaranya Rehat Coffe, Maksideh Coffe dan Ameera Coffe. Maksideh Coffe merupakan salah satu shop yang berdiri sejak tahun 2017, beralamat Jl. Trunojoyo, No. 60 Sampang. Selang beberapa tahun berdirinya Maksideh Coffe, munculah Rehat Coffe salah satu usaha *coffe shop* yang ada di Sampang. Rehat Coffe terletak di Jl. K.H. Hasyim Asy'ari No. 40, Sampang. Setelah itu berdirilah Ameera Coffe yang baru dibuka di tahun 2022 beralamat Jl. Agus Salim, Sampang.

Pembahasan kali ini penulis akan menjabarkan hasil dari wawancara dari keempat pelaku usaha tentang bagaimana respon pelaku usaha minuman kopi (*coffe shop*) terhadap kewajiban sertifikat halal. Hasil wawancara yang didapat peneliti, respon pelaku usaha minuman kopi (*coffe shop*) terhadap kewajiban sertifikat halal adalah sebagai berikut:

4.1 Respon kognitif

Berdasarkan hasil wawancara bersama keempat pelaku usaha minuman kopi *coffe shop* yang ada di Kabupaten Sampang, melalui sisi pengetahuan, keterampilan, dan informasi, respon yang diambil oleh peneliti mendapatkan jawaban yang beragam terkait pemahaman pelaku usaha minuman kopi *coffe shop* tentang sertifikat halal.

4.1.1 Pemahaman pelaku usaha minuman kopi (*coffe shop*) terkait sertifikat halal.

Sebagaimana hasil wawancara yang telah dilakukan dengan pihak pelaku usaha minuman kopi (*coffe shop*) yang mengetahui terkait sertifikat halal, berikut adalah pemaparannya: "*Sertifikat halal ini logo halal dalam suatu produk makanan/minuman*" (Wawancara dengan Mas Chairul, Senin 2 Oktober 2023)

Berbeda dengan dua pelaku usaha lainnya akan paham akan arti dari sertifikat halal itu sendiri, berikut salah satu pemaparannya:

"*Pengakuan suatu produk makanan / minuman dari pemerintah yang sudah di uji bahan-bahannya dan semua produk yang beredar harus memenuhi halal*" (Wawancara dengan Mas Lukman, Rabu 4 Oktober 2023)

Berdasarkan hasil dari wawancara, peneliti mengambil kesimpulan bahwa mayoritas pelaku usaha minuman kopi (*coffe shop*) di kabupaten sampang mengetahui apa itu sertifikat halal, meskipun ada sebagian mereka tidak mengerti secara pasti bagaimana sertifikat halal itu. Hasil wawancara di atas menunjukkan terdapat dua pelaku usaha minuman (*coffe shop*) di kabupaten sampang mengetahui apa itu sertifikat halal, dan juga terdapat dua pelaku usaha yang belum mengerti tentang sertifikat halal. Dari hasil penelitian sebagian besar pelaku usaha minuman kopi

¹ (Seftaviani, 2019)

(*coffe shop*) di Kabupaten Sampang berpendapat bahwa sertifikat halal merupakan suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal agar produk olahan mereka dapat diakui kehalalannya.

4.1.2 Manfaat dari sertifikat halal

Dari keempat pelaku usaha minuman kopi (*coffe shop*) di kabupaten sampang, berdasarkan dari hasil wawancara secara langsung di tempat bahwa para pelaku usaha mengetahui apa itu manfaat dari sertifikat halal. Meskipun semua pelaku usaha mengetahui manfaat dari melakukan sertifikat halal, tetapi masih ada pelaku usaha yang belum mendaftarkan usahanya sertifikat halal. Berikut adalah penjelasan dari salah satu pelaku usaha:

"Manfaatnya menambah kepercayaan masyarakat bahwa produk kami sudah bersertifikat halal dan konsumen pasti sudah percaya bahan-bahan yang kami gunakan sudah teruji karena kan sudah bersertifikat halal dan kami sudah mengurus sertifikat halal" (Wawancara Mas Sayyid Syech, Kamis 5 Oktober 2023)

Sedangkan menurut pelaku usaha lainnya, mereka beranggapan bahwa dengan memiliki sertifikat halal yaitu konsumen akan merasa aman dan nyaman karena produk yang di konsumsi sudah benar-benar halal dan teruji kehalalannya sehingga dapat menepis keraguan yang ada pada konsumen terutama konsumen muslim.

Hasil wawancara di atas, peneliti menyimpulkan bahwa terdapat lima manfaat sertifikat halal menurut pelaku usaha minuman kopi (*coffe shop*) diantaranya:

- a) Membuktikan bahwa produk kita halal
- b) Mematahkan keraguan konsumen akan kehalalan produk
- c) Menumbuhkan kepercayaan penuh dari konsumen
- d) Meningkatkan keunggulan dalam persaingan pelaku usaha
- e) Memperluas pemasaran produk.

4.2 Respon Afektif

Respon yang berhubungan langsung dengan emosi, nilai serta sikap seseorang terhadap suatu hal. Dalam konteks emosi ini, yang diambil oleh penulis yaitu respon tentang sikap pelaku usaha terhadap peraturan bersertifikat halal. Sedangkan dalam konteks penilaian ini, yang diambil oleh penulis yaitu respon tentang ketepatan terkait peraturan bersertifikat halal serta prediksi pelaku usaha minuman kopi (*coffe shop*) terhadap perkembangan peraturan terkait kewajiban sertifikat halal.

4.2.1 Sikap pelaku usaha terhadap peraturan bersertifikat halal

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan mengenai sikap yang diambil oleh pelaku usaha minuman kopi (*coffe shop*) sangat baik, dari keempat pelaku usaha minuman kopi (*coffe shop*) tidak ada yang berpendapat terbebani dengan adanya peraturan tentang kewajiban bersertifikat halal tersebut, berikut salah satu pemaparannya:

"Enggak mbak ya sebagai orang muslim tidak ada beban buat ngurusin sertifikat halal ini. Saya juga gak pernah memakai bahan-bahan yang aneh jadi aman-aman saja dan semuanya memakai bahan-bahan yang bermerek halal juga" (Wawancara dengan Mas Sayyid Syech, Kamis 5 Oktober)

"Tidak mbak tidak jadi beban buat kita apalagi kan sertifikat halal ini gratis kan jadi gak bikin beban untuk kita" (Wawancara dengan Mas Chairul, Senin 2 Oktober 2023)

"Tidak mbak gak sama sekali jadi beban" (Wawancara dengan Mbak Dila, Senin 2 Oktober 2023)

"Tidak mbak tidak sama sekali toh prosesnya mudah sekali dan biayanya pun gratis tidak menjadi beban untuk kami" (Wawancara dengan Mas Lukman, Rabu 4 Oktober)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, mayoritas pelaku usaha minuman kopi (*coffe shop*) tidak terbebani dengan adanya peraturan kewajiban sertifikat halal. Para pelaku usaha tidak merasa terbebani karena mereka menganggap itu merupakan kewajiban sebagai pelaku usaha. Dengan catatan dalam proses pengajuan sertifikat halal tidak memakan waktu yang lama.

4.3 Respon Konatif

Sebuah respon yang berkaitan dengan perilaku seseorang berupa tindakan ataupun perbuatan. Dalam hal ini pelaku usaha meyakinkan konsumen bahwa produk yang mereka

konsumsi aman dengan cara pelaku usaha bersedia menjelaskan dengan detail bahwa bahan-bahan yang mereka gunakan itu halal dan proses pengelolaan bahan hingga dalam penyajian makanan dan minuman dilakukan dengan menjaga kebersihan. Berikut penjelasan dari salah satu pelaku usaha minuman kopi (*coffe shop*):

“Saya akan menjelaskan dengan baik-baik. Akan kami beri tahu bahwa sejak awal membuka *coffe shop* ini tidak pernah terjadi masalah dengan makanan atau minuman kami” (Wawancara dengan Mas Sayyid Syech, Kamis 5 Oktober 2023).

5. KESIMPULAN

Terdapat beberapa macam respon yang diberikan oleh para pelaku usaha *coffe shop* terhadap kewajiban sertifikat halal. Hasil analisis mengenai respon yang diberikan oleh para pelaku usaha *coffe shop* terhadap kewajiban sertifikat halal sebagai berikut:

Respon Kognitif respon yang meliputi pengetahuan, informasi, dan keterampilan. Keempat narasumber mempunyai tingkat pengetahuan yang berbeda mengenai sertifikat halal. Dua narasumber telah mengetahui tentang sertifikat halal, dan dua narasumber dinilai masih minim akan pengetahuan mengenai sertifikat halal.

Respon Afektif respon yang berkaitan dengan sikap, emosi, dan penilaian individu terhadap sesuatu. Keempat narasumber mendukung dan termotivasi untuk mendaftarkan produk sertifikat halal, dikarenakan telah menyadari berbagai manfaat positif yang akan didapat.

Respon Konatif respon yang berkaitan dengan perilaku. Kedua pelaku usaha *coffe shop* sebagian sudah mengerti akan kewajiban sertifikat halal dan dua narasumber lainnya masih belum melakukan sertifikat halal.

Saran kedepan bagi para pelaku usaha agar tetap menjaga kualitas dan kehalalan produk yang dijual agar para konsumen merasa aman ketika mengkonsumsi produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Rijali, A. (2019). *ANALISIS DATA KUALITATIF*. Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah, 17(33), 81–95. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Hasan, S. (2014). *Sertifikasi halal dalam hukum positif Regulasi dan implementasi di Indonesia*. Aswaja Pressindo.
- Matsuki. (2021). *Update Sertifikasi Halal di Indonesia: Ekspektasi dan Kenyataan*. <https://kemenag.go.id>. <https://kemenag.go.id/opini/update-sertifikasi-halal-di-indonesia-ekspektasi-dan-kenyataan-hqk7g0>
- Muzayana. (2018). *Hasil Riset: Muslim Indonesia Pandang Produk Halal adalah Kewajiban*—*Jurnal Islam*. <https://jurnalislam.com/hasil-riset-muslim-indonesia-pandang-produk-halal-adalah-kewajiban/>
- Ridwan. (2019). *Dinamika Kelembagaan Pondok pesantren*. Pustaka Ilmu.
- Seftaviani, M. (2019, Oktober 24). *Kedai Kopi: Bisnis Masa Kini, Menjanjikan di Masa Depan*. Media Mahasiswa Indonesia. <https://mahasiswaindonesia.id/kedai-kopi-bisnis-masa-kini-menjanjikan-di-masa-depan/>
- Susetyo, H., Prihatini, F., Karimah, I., & Khozi, A. (2019). Regulating Halal Products in Indonesia: Between Religious Needs and Socio-Economic Challenges. *Mazahib*, 1–43. <https://doi.org/10.21093/mj.v18i1.1372>