

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Studi Tingkat Pengetahuan Konsumen Tentang Label Halal Pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura)” bertujuan menjawab pertanyaan tentang bagaimana tingkat pengetahuan konsumen tentang label halal pada produk indomie. Seiring dengan pesatnya perkembangan media saat ini, arus informasi yang diperoleh konsumen pasti akan semakin banyak dan pengetahuan konsumen tentang suatu produk akan semakin baik pula, maka dari itu semakin tinggi tingkat pengetahuan konsumen terhadap suatu produk akan membuat konsumen menjadi semakin selektif dalam pemilihan produk untuk di konsumsi, dan dengan mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam menjadikan Indonesia sebagai pasar muslim terbesar di dunia.

Metode penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini mengacu pada pendekatan deskriptif kualitatif dengan subjek penelitian Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura, sedangkan objek dalam penelitian ini adalah Kampus Universitas Trunojoyo, metode pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur, sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, sedangkan analisis data dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian akhir menunjukkan bahwa, tingkat pengetahuan konsumen tentang label halal pada produk indomie cukup baik, sekitar 30% informan atau sebanyak 12 mahasiswa yang dikategorikan kedalam tingkat pengetahuan yang ketiga (aplikasi) dan sebesar 70% atau sebanyak 27 informan yang dikategorikan kedalam tingkat pengetahuan yang ke empat (analisis).

Kata Kunci : Tingkat Pengetahuan, Label Halal.

ABSTRACT

Thesis entitled "study of the level of Consumer Knowledge About Halal Label on the product Indomie (case study of University students Trunojoyo Madura)" aims to answer the question of how the level of consumer knowledge about halal label on the product indomie. Along with the rapid development of current media, the current information obtained consumers will certainly more and more and the consumer's knowledge about a product will be the better, therefore the higher the level of knowledge of the consumer against a the product will make consumers become increasingly selective in the choice of products for consumption, and with the majority of the population of Indonesia are predominantly muslim Indonesia as market make-biggest in the world.

Research methods used in this research is descriptive qualitative approach refers to the subject research of University students, while Madurese objects Trunojoyo in this study are the University campus Trunojoyo, method the collection of data used in this research is a semi structured interview, the source of the data in this study is the primary data and secondary data, while data analysis in this study uses data reduction, the presentation of data, and the withdrawal of the conclusion.

The final results of the study showed that, the level of knowledge about halal label on consumer products of instant noodles are good enough, about 30% of informants or as many as 12 students are categorized into three levels of knowledge (applications) and of 70% or as much as 27 informants are categorized into the fourth level of knowledge (analysis).

Keywords: Level Of Knowledge, The Halal Label.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
PEDOMAN TRASLITRASI	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
MOTTO	xii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
D. Kajian Pustaka	11
E. Sistematika Pembahasan	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengetahuan Konsumen	14
1. Definisi Pengetahuan Konsumen.....	14
2. Esensi dari Pengetahuan Konsumen.....	15
3. Isi Pengetahuan Konsumen.....	16
4. Jenis Pengetahuan Konsumen.....	17
5. Tingkat Pengetahuan	19
6. Pengukuran Pengetahuan	20
B. Tinjauan Tentang Label Halal	21
1. Label.....	21
a. Definisi Label.....	21
b. Tipe-tipe Label.....	23
c. Fungsi Label.....	23
d. Tujuan Pelabelan.....	23
e. Isi Label.....	24
2. Halal.....	31
3. Label Halal.....	34
a. Definisi Label Halal.....	34
b. Manfaat Label Halal.....	38
c. Sistem/Prosedur Labelisasi di MUI dan BPOM.....	39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	41
B. Tempat atau Lokasi Penelitian.....	42

C. Sumber Data.....	42
D. Metode Pengumpulan Data.....	44
E. Metode Mengolah Data.....	47
F. Metode Analisis Data.....	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Informan	52
B. Deskripsi Hasil Wawancara	53
C. Studi Tingkat Pengetahuan Konsumen Tentang Label Halal Pada Produk Indomie	67

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	70
B. Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

1.1	Sepuluh besar Merek Dengan CRP Tertinggi dalam Brand Foot Print 2017 Kantar World Panel.....	9
1.2	Pemetaan Responden dari Berbagai Fakultas.....	53
1.3	Rangkuman Hasil Jawaban Informan.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 esensi pengetahuan konsumen	15
Gambar 2 ingredients list	26
Gambar 3 contoh nutrition claim	27
Gambar 4 tanggal kadaluarsa	28
Gambar 5 UPC.....	28
Gambar 6 gambar registered trade mark.....	29
Gambar 7 logo halal MUI	30
Gambar 8 logo halal Khoser	30
Gambar 9 bagian label makanan yang penting untuk dicermati	31

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Data Jumlah Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura Tahun
2011-2017
- Lampiran 2 : Daftar Berita Wawancara