

**PERSEPSI WISATAWAN MUSLIM TERHADAP WARUNG MAKAN MUSLIM
YANG MENGGUNAKAN LOGO HALAL PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH
DI KECAMATAN RANTEPAO KABUPATEN TORAJA UTARA**

Muh Khairil Fajri Rahim¹, Syarifah Raehana², Akhmad Bazith³,
Hasanna Lawang⁴, Subaedah⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Agama Islam, Universitas Muslim Indonesia

¹fajrykhairil302@gmail.com, ²syarifa.raehana@umi.ac.id,

³akhmad.bazith@umi.ac.id, ⁴hasanna.lawang@umi.ac.id,

⁵subaedah.subaedah@umi.ac.id

ABSTRACT

The use of halal logos in Muslim-owned restaurants serves as an important assurance of food halalness for Muslim tourists, particularly in tourist destinations with a predominantly non-Muslim population, such as Rantepao District, North Toraja Regency. This study aims to examine Muslim tourists' perceptions of the use of halal logos in Muslim-owned restaurants in Rantepao District, North Toraja Regency, and to analyze their use from the perspective of Islamic economics. This research employed a qualitative method with a descriptive approach. The study involved 10 informants, and the data were collected through interviews, observations, documentation, and literature review. The findings indicate that Muslim tourists have positive perceptions of the use of halal logos because they provide assurance of halal food, foster a sense of security and trust, and serve as one of the primary considerations when choosing a place to eat. From the perspective of Islamic economics, the use of halal logos reflects the implementation of the principles of honesty, trustworthiness (amanah), and transparency in business activities, thereby enhancing consumer confidence. In addition to its religious significance, the use of halal logos also provides economic benefits for business owners by increasing competitiveness and consumer trust, while offering certainty for Muslim tourists in consuming food that complies with Islamic law.

Keywords: Perception, Muslim Tourists, Halal Logo, Food Stalls, Islamic Economics.

ABSTRAK

Penggunaan logo halal pada warung makan Muslim menjadi salah satu bentuk jaminan kehalalan produk yang penting bagi wisatawan Muslim, khususnya di daerah tujuan wisata dengan mayoritas penduduk non-Muslim seperti Kecamatan Rantepao, Kabupaten Toraja Utara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi wisatawan Muslim terhadap penggunaan logo halal pada warung makan Muslim di Kecamatan Rantepao, Kabupaten Toraja Utara, serta menganalisis

penggunaannya dalam perspektif ekonomi syariah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Informan dalam penelitian berjumlah 10 orang, sedangkan data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Berdasarkan hasil penelitian, wisatawan Muslim memiliki persepsi positif terhadap penggunaan logo halal karena dianggap memberikan jaminan kehalalan makanan, menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan, serta menjadi salah satu pertimbangan utama dalam memilih tempat makan. Dalam perspektif ekonomi syariah, penggunaan logo halal mencerminkan penerapan prinsip kejujuran, amanah, dan transparansi dalam kegiatan usaha sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain memiliki nilai religius, penggunaan logo halal juga memberikan manfaat ekonomi bagi pelaku usaha melalui peningkatan daya saing dan kepercayaan konsumen, sekaligus memberikan kepastian bagi wisatawan Muslim dalam mengonsumsi makanan yang sesuai dengan ketentuan syariat.

Kata Kunci: Persepsi, Wisatawan Muslim, Logo Halal, Warung Makan, Ekonomi Syariah.

A. Pendahuluan

Konsep wisata halal tidak hanya berorientasi pada penyediaan destinasi wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan Muslim, tetapi juga mencakup seluruh aspek pelayanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam.

Menurut Syufa'at dan Zayyadi, wisata halal merupakan sistem penyelenggaraan pariwisata yang memperhatikan nilai-nilai Islam mulai dari penyediaan akomodasi, transportasi, fasilitas ibadah, hingga penyediaan makanan dan minuman halal.

Dengan demikian, wisata halal bukan hanya memberikan kenyamanan bagi wisatawan Muslim,

tetapi juga menjadi bentuk implementasi nilai-nilai Islam dalam sektor pariwisata (Syufa'at & Zayyadi, 2022).

Dalam perspektif Islam, aktivitas perjalanan atau wisata merupakan salah satu bentuk pemanfaatan nikmat Allah Swt. yang dianjurkan selama dilakukan untuk tujuan yang baik dan tidak bertentangan dengan syariat. Allah Swt. berfirman dalam QS. Al-Mulk/67:15 yang memerintahkan manusia untuk menjelajahi bumi dan memanfaatkan rezeki yang telah disediakan-Nya.

Perintah tersebut menunjukkan bahwa Islam memberikan ruang yang luas bagi manusia untuk melakukan perjalanan sebagai sarana mencari

rezeki, menambah pengetahuan, serta mengambil pelajaran dari ciptaan Allah Swt. Demikian pula dalam QS. Nuh/71:19–20 dan QS. Al-'Ankabut/29:20, Allah Swt. mendorong manusia agar memperhatikan tanda-tanda kebesaran-Nya melalui perjalanan di muka bumi (Kementerian Agama RI, 2019).

Anjuran melakukan perjalanan juga dijelaskan dalam hadis Rasulullah saw. yang diriwayatkan dari Abu Hurairah, bahwa bepergian dapat memberikan manfaat bagi kesehatan dan kehidupan manusia.

Hadis tersebut menunjukkan bahwa aktivitas wisata dalam Islam bukan sekadar kegiatan rekreasi, tetapi juga memiliki dimensi ibadah apabila dilakukan sesuai dengan ketentuan syariat (Sabiq, 1365 H).

Oleh karena itu, setiap aktivitas wisata hendaknya tetap memperhatikan batasan-batasan syariat, termasuk dalam memilih makanan dan minuman yang dikonsumsi selama perjalanan.

Kehalalan makanan menjadi salah satu kebutuhan mendasar bagi wisatawan Muslim. Dalam penyelenggaraan wisata halal, restoran atau warung makan dituntut untuk memenuhi standar pelayanan

halal sehingga mampu memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumen Muslim. Salah satu indikator yang menunjukkan bahwa suatu produk atau makanan telah memenuhi ketentuan syariat adalah adanya sertifikasi halal yang diterbitkan oleh lembaga yang berwenang dan diwujudkan melalui penggunaan logo halal pada produk maupun tempat usaha (Syufa'at & Zayyadi, 2022).

Sertifikasi halal merupakan bentuk pengakuan resmi terhadap kehalalan suatu produk setelah melalui proses pemeriksaan berdasarkan ketentuan syariat Islam. Kehadiran sertifikat halal memberikan jaminan hukum sekaligus perlindungan kepada konsumen Muslim agar terhindar dari produk yang mengandung unsur haram atau syubhat.

Selain itu, sertifikasi halal juga menjadi instrumen penting dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang dipasarkan sehingga mampu meningkatkan daya saing pelaku usaha di tengah perkembangan industri halal (Putra, 2023).

Urgensi mengonsumsi makanan halal juga ditegaskan dalam Al-Qur'an. Allah Swt. memerintahkan manusia untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah/2:168. Selanjutnya pada QS. Al-Baqarah/2:172–173 dan QS. Al-Ma'idah/5:3 dijelaskan mengenai jenis-jenis makanan yang dihalalkan dan diharamkan serta ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi dalam mengonsumsi makanan.

Ayat-ayat tersebut menunjukkan bahwa konsep halal dalam Islam tidak hanya berkaitan dengan bahan makanan, tetapi juga mencakup proses memperoleh, mengolah, hingga menyajikannya sesuai dengan syariat Islam (Kementerian Agama RI, 2019).

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, kegiatan usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga harus memperhatikan nilai-nilai keadilan, kejujuran, amanah, dan kemaslahatan.

Setiap pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi yang benar mengenai produk yang dipasarkan sehingga tidak menimbulkan unsur penipuan

(*gharar*) maupun merugikan konsumen. Oleh karena itu, penggunaan logo halal harus didasarkan pada sertifikasi halal yang sah sehingga mampu mencerminkan prinsip transparansi dan perlindungan konsumen sebagaimana diajarkan dalam ekonomi syariah (Munif, 2021; Sudarsono, 2007; Hamid, 2007; Nurdin, 2018).

Berdasarkan uraian tersebut, penggunaan logo halal pada warung makan Muslim di kawasan wisata memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun kepercayaan wisatawan Muslim.

Namun, realitas di Kecamatan Rantepao menunjukkan bahwa masih terdapat warung makan Muslim yang menggunakan logo halal tanpa didukung sertifikasi halal resmi atau belum sepenuhnya memenuhi standar jaminan produk halal.

Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan keraguan di kalangan wisatawan Muslim dalam menentukan pilihan tempat makan, terlebih mengingat Rantepao merupakan kawasan wisata yang mayoritas penduduknya beragama non-Muslim.

Oleh karena itu, penelitian mengenai persepsi wisatawan Muslim

terhadap warung makan Muslim yang menggunakan logo halal di Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara menjadi penting untuk dilakukan.

Penelitian ini tidak hanya bertujuan mengetahui bagaimana tingkat kepercayaan wisatawan Muslim terhadap penggunaan logo halal, tetapi juga menganalisis kesesuaian penggunaan logo halal tersebut berdasarkan perspektif ekonomi syariah.

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pelaku usaha, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam mewujudkan ekosistem wisata halal yang mampu memberikan perlindungan kepada konsumen sekaligus meningkatkan daya saing sektor pariwisata di Kabupaten Toraja Utara.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam persepsi wisatawan Muslim terhadap penggunaan logo halal pada warung makan Muslim di Kecamatan Rantepao, Kabupaten Toraja Utara. Penelitian dilakukan melalui observasi

langsung di lokasi penelitian dan interaksi dengan 10 informan yang terdiri atas 5 wisatawan Muslim, 3 pedagang warung makan, dan 2 tokoh masyarakat.

Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang sesuai dengan fokus penelitian sehingga data yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, serta studi literatur yang berkaitan dengan logo halal dan ekonomi syariah. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (verifikasi).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Penggunaan Logo Halal Pada Warung Makan Muslim di Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Logo Halal sebagai Jaminan Kehalalan dan Kepercayaan Wisatawan Muslim

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan Muslim

memandang logo halal sebagai indikator utama dalam memastikan kehalalan makanan yang dikonsumsi. Keberadaan logo halal memberikan rasa aman, nyaman, dan keyakinan, terutama karena Kecamatan Rantepao merupakan daerah yang mayoritas penduduknya beragama non-Muslim. Logo halal menjadi bentuk jaminan awal bahwa makanan yang disajikan sesuai dengan syariat Islam sehingga meningkatkan kepercayaan wisatawan dalam memilih tempat makan.

2. Pengaruh Logo Halal terhadap Keputusan Memilih Warung Makan

Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan logo halal berpengaruh terhadap keputusan wisatawan Muslim dalam memilih warung makan. Sebagian besar wisatawan menjadikan logo halal sebagai pertimbangan pertama sebelum memutuskan untuk membeli makanan. Apabila suatu warung makan tidak mencantumkan logo halal, wisatawan cenderung mencari informasi tambahan dengan bertanya kepada pemilik usaha atau masyarakat sekitar mengenai kehalalan makanan yang dijual.

3. Persepsi Wisatawan terhadap Ketersediaan Warung Makan Halal

Berdasarkan hasil penelitian, wisatawan menilai bahwa warung makan Muslim di Kecamatan Rantepao sudah cukup tersedia, terutama di kawasan pusat kota. Namun, di sekitar objek wisata jumlah warung makan halal masih terbatas sehingga sebagian wisatawan masih mengalami kesulitan memperoleh makanan halal. Oleh karena itu, wisatawan mengharapkan adanya penambahan jumlah warung makan halal serta penyediaan informasi lokasi kuliner halal yang lebih mudah diakses.

4. Harapan Wisatawan terhadap Pengembangan Kuliner Halal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan berharap seluruh warung makan Muslim menggunakan logo halal yang resmi dan mudah dikenali. Selain itu, wisatawan juga mengharapkan adanya dukungan pemerintah dalam bentuk sertifikasi halal, promosi kuliner halal melalui media digital, serta penyusunan peta wisata kuliner halal agar memudahkan wisatawan Muslim memperoleh informasi mengenai tempat makan yang sesuai dengan syariat Islam.

Penggunaan Logo Halal Pada Warung Makan Muslim Perspektif Ekonomi Syariah, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Implementasi Prinsip Halal dalam Kegiatan Usaha Kuliner

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan logo halal merupakan bentuk implementasi prinsip halal dalam kegiatan usaha kuliner. Pelaku usaha berupaya menjaga kehalalan produk mulai dari pemilihan bahan baku, proses penyembelihan, pengolahan, hingga penyajian makanan sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Hal ini mencerminkan penerapan konsep halalan ṭayyiban dalam aktivitas bisnis.

2. Penerapan Prinsip Amanah, Kejujuran, dan Transparansi

Penggunaan logo halal juga mencerminkan penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah, khususnya amanah, kejujuran (*ṣidq*), dan transparansi. Pelaku usaha memberikan informasi yang jelas mengenai status kehalalan produk kepada konsumen sehingga mampu meningkatkan kepercayaan wisatawan Muslim. Dalam perspektif ekonomi syariah, penyampaian informasi yang benar merupakan

bentuk tanggung jawab moral sekaligus perlindungan terhadap hak konsumen.

3. Logo Halal sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen

Penelitian menunjukkan bahwa logo halal memiliki fungsi sebagai instrumen perlindungan konsumen. Keberadaan logo halal membantu wisatawan Muslim menghindari keraguan (*syubhat*) ketika memilih makanan, terutama di daerah yang mayoritas penduduknya non-Muslim. Dengan demikian, penggunaan logo halal mendukung tercapainya tujuan syariat (*maqāṣid al-syarī'ah*), khususnya dalam menjaga agama (*ḥifẓ al-dīn*) melalui pemenuhan kebutuhan konsumsi halal.

4. Nilai Ekonomi Penggunaan Logo Halal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan logo halal memberikan manfaat ekonomi bagi pelaku usaha. Logo halal meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga mendorong meningkatnya minat wisatawan Muslim untuk berkunjung dan membeli produk pada warung makan tersebut. Dengan demikian, logo halal tidak hanya memiliki nilai religius, tetapi juga menjadi strategi

pemasaran yang mampu meningkatkan daya saing usaha kuliner di kawasan wisata.

5. Tantangan Penerapan Logo Halal

Penelitian juga menemukan bahwa masih terdapat beberapa warung makan yang belum memiliki sertifikasi halal resmi meskipun telah menggunakan simbol atau tulisan halal. Selain itu, keterbatasan pemahaman sebagian pelaku usaha mengenai prosedur sertifikasi halal dan belum optimalnya promosi kuliner halal menjadi tantangan dalam pengembangan wisata halal di Kecamatan Rantepao. Oleh karena itu, diperlukan dukungan pemerintah melalui sosialisasi, pendampingan, serta fasilitasi sertifikasi halal bagi pelaku usaha kuliner.

D. Kesimpulan

Wisatawan Muslim memiliki persepsi yang positif terhadap penggunaan logo halal pada warung makan Muslim di Kecamatan Rantepao. Keberadaan logo halal dipandang sebagai penanda yang memberikan kepastian, rasa aman, dan kepercayaan terhadap kehalalan makanan yang dikonsumsi, sehingga menjadi salah satu pertimbangan

utama dalam menentukan pilihan tempat makan selama berwisata.

Penggunaan logo halal pada warung makan Muslim di Kecamatan Rantepao juga telah mencerminkan penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah, seperti kejujuran, amanah, transparansi, dan perlindungan konsumen. Keberadaan logo halal tidak hanya meningkatkan kepercayaan wisatawan Muslim terhadap pelaku usaha kuliner, tetapi juga mendukung terciptanya praktik usaha yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Oleh karena itu, disarankan kepada pemilik warung makan Muslim untuk mengupayakan sertifikasi halal resmi dari lembaga yang berwenang agar memberikan kepastian hukum, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperkuat daya saing usaha kuliner di kawasan wisata.

Pemerintah daerah dan instansi terkait juga diharapkan dapat meningkatkan sosialisasi, pendampingan, dan fasilitasi proses sertifikasi halal bagi pelaku usaha kuliner guna mendukung pengembangan wisata halal di Kabupaten Toraja Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, E., Rahmatillah, I., & Muslim, B. 2023. *Penguatan UKM Halal di Indonesia: Sebuah Pendekatan Ekosistem Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Bawasir, Tohir. 2013. *Panduan Praktis Wisata Syariah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Eddyono. 2021. *Pengantar Pariwisata*. Yogyakarta: UPN Veteran Yogyakarta Press.
- Faridah, Hayyun Durrotul. 2019. "Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi." *Journal of Halal Product and Research*, Vol. 2, No. 2.
- Hamid, M. Arifin. 2007. *Membumikan Ekonomi Syariah di Indonesia Perspektif Sosio-Yuridis*. Jakarta: Elsas.
- Kementerian Agama RI. 2019. *Al-Qur'an dan Terjemahannya: Edisi Penyempurnaan 2019*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Munif, Ahmad. 2021. *Ushul Fikih: Hukum Ekonomi Syari'ah*. Semarang: Rafi Sarana Perkasa.
- Nurdin, Ridwan. 2018. *Hukum Ekonomi Syariah: Substansi dan Pendekatan*. Banda Aceh: Sahifah dan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry.
- Nurlaela, Muh. Arfah Pettenreng, dan Abd. Haris Hamid. 2021. *Produk Halal: Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Gowa: Pusaka Almaida.
- Putra, Haris Maiza. 2023. *Dinamika Regulasi Sertifikasi Halal terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro di Indonesia*. Sleman: Putra Surya Santosa.
- Sabiq, Sayyid. 1365 H. *Fiqhu As-Sunnah*. Juz I. Qahirah: Fathu Lil 'Ilam al-'Arabi.
- Sudarsono, Heri. 2007. *Konsep Ekonomi Islam: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Syufa'at, H., dan Ahmad Zayyadi. 2022. *Islamic Tourism: Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Wariyanta. 2020. *Pengantar Ekonomi Pariwisata*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.