

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bagi umat Muslim, kehalalan merupakan hal yang penting dan dianggap sebagai bagian dari ibadah mereka. Konsumsi makanan dan minuman yang halal dipandang sebagai cara untuk memenuhi kewajiban agama dan menjaga hubungan yang baik dengan Allah.

Makanan halal sekarang menjadi masalah sensitif bagi masyarakat. Selain itu, Indonesia juga merupakan pasar konsumen muslim yang sangat potensial. Pemerintah mempunyai tanggung jawab besar melindungi masyarakat secara keseluruhan, terutama konsumen atas kehalalan produk-produk yang beredar dan dipasarkan. Demikian juga, para pelaku bisnis diwajibkan untuk bertanggung jawab atas produk yang dapat membahayakan atau tidak memenuhi standar yang telah ditentukan.¹ Seluruh aspek agama Islam mewajibkan umat-umatnya untuk selalu menjalankan bisnis mereka dengan cara yang sesuai dengan aturan Allah SWT yang telah ditetapkan di dunia ini,

¹ Muchtar Ali, "Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah Dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal," *Jurnal Ahkam*, Vol XVI, No. 2 (2016): 291.

dengan tujuan untuk memberikan manfaat bagi semua orang dan menghindari kezaliman terhadap orang lain.

Persepsi konsumen merupakan proses pemilihan, penyusunan, dan penafsiran informasi untuk mendapatkan arti. Persepsi merupakan proses yang dilalui orang dalam memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran berarti mengenai dunia. Adanya hal tersebut biasanya dibagi menjadi 3 (tiga) indikator yakni berupa seleksi, organisasi dan juga interpretasi. Adanya persepsi konsumen inilah yang akan kemudian menjadi dasar bagaimana konsumen muslim tertarik dalam keputusan pembelian produk. Dalam hal ini salah satu yang terpenting ialah mengenai label halal.²

Kehalalan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi setiap muslim, karena sesuatu yang dapat membawa berkah dan kesehatan bagi manusia. Kehalalan menjadi pokok utama bagi umat muslim untuk beribadah agar manusia selalu berada di jalan yang benar. Kehalalan sudah tertera pada Hadits dan Al-Qur'an. Islam mengajarkan kita agar senantiasa untuk mengkonsumsi sesuatu baik itu makanan atau minuman, harus selalu halal dan baik menurut agama Islam.

² Linda Kusjuniati and Iswahyuni, "Persepsi Konsumen Tentang Label Halal Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Online," *Jurnal Manajemen (Inovasi Bisnis dan Strategi)*, Vol 01, No. 2 (2023): h. 235.

Kehalalan adalah istilah yang digunakan dalam agama Islam untuk menggambarkan status atau kondisi sesuatu yang sesuai dengan prinsip-prinsip dan persyaratan hukum syariah Islam. Dalam konteks umum, kehalalan merujuk pada kesesuaian suatu benda, tindakan, atau perilaku dengan ajaran agama Islam. Kehalalan dalam Islam mencakup berbagai aspek kehidupan sehari-hari, termasuk makanan dan minuman, tindakan, transaksi keuangan, kosmetik, farmasi, dan lain sebagainya. Prinsip-prinsip kehalalan didasarkan pada hukum syariah yang ditetapkan dalam Al-Qur'an dan Hadis, serta interpretasi dan penafsiran oleh ulama dan otoritas agama yang berwenang. Dalam konteks makanan dan minuman, kehalalan merujuk pada produk-produk yang memenuhi persyaratan dan aturan yang ditetapkan dalam Islam.

Dalam konteks makanan dan minuman, kehalalan mengacu pada apakah suatu produk atau bahan makanan memenuhi persyaratan dan aturan-aturan yang ditetapkan oleh Islam. Dalam Islam, makanan dan minuman dibagi menjadi 3 (tiga) kategori utama: halal, haram, dan musybah (syubhat atau ragu-ragu). Makanan halal adalah yang diperbolehkan dalam Islam dan memenuhi semua persyaratan hukum Islam. Makanan haram adalah yang dilarang dalam Islam, seperti daging babi, alkohol, dan produk yang mengandung bahan yang diharamkan. Makanan musybah adalah yang status kehalalannya diragukan dan

memerlukan penelitian lebih lanjut untuk menentukan apakah halal atau haram.

Halal menjadi penting bagi umat Muslim yang ingin memastikan bahwa makanan dan minuman yang mereka konsumsi sesuai dengan ajaran agama mereka. Oleh karena itu, bagi mereka yang peduli dengan status kehalalan, penting untuk memperhatikan label dan sertifikasi halal yang terkait dengan produk makanan dan minuman yang mereka beli atau konsumsi.

Di Indonesia, Lembaga Pengawas dan Peredaran Obat dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI), dapat membuat masyarakat mengetahui tentang labelitas produk yang mereka konsumsi. Lembaga ini bertugas sebagai pengawas produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal sehingga produk yang telah memiliki sertifikat tersebut dapat memberikan label halal kepada produknya, artinya produk tersebut secara proses kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran Islam, atau produk tersebut telah menjadi katagori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen muslim.³

³ Yossie Rossanty, Muhammad Dharma Tuah Putra Nasution, and Firman Ario, *Consumer Behavior in Era Millenial* (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018). h. 84.

Selain adanya label halal, konsumen muslim dapat memeriksa produk mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Labelitas halal yang secara prinsip adalah label yang mengkonfirmasi kepada pengguna produk yang berlabel tersebut, bahwa produknya benar-benar halal dan bahan-bahan yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produk itu boleh dikonsumsi.⁴

Prinsip-prinsip kehalalan juga melibatkan etika, kebersihan, dan kesehatan. Selain memastikan bahwa suatu produk atau tindakan sesuai dengan aturan agama, kehalalan juga menekankan pentingnya menjaga kebersihan, integritas, dan kesehatan dalam segala aspek kehidupan. Pentingnya kepatuhan terhadap prinsip-prinsip halal dalam masyarakat yang mayoritas Muslim. Keberadaan label halal pada produk makanan dan minuman memiliki peran yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan konsumen Muslim yang ingin memastikan bahwa produk yang mereka konsumsi sesuai dengan aturan-aturan agama Islam.

⁴ Deviyanti, Fitriani Latief, and Nurhaeda, "Pengaruh Label Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Kosmetik Wardah Di Citra Kosmetik Sungguminasa," *Maloma : Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol 1, No. 1 (2023): h. 104.

Pertama, Islam mengajarkan bahwa makanan dan minuman yang dikonsumsi harus halal, yaitu memenuhi persyaratan tertentu sesuai dengan hukum syariah. Konsumen Muslim memiliki kebutuhan dan preferensi khusus terkait dengan makanan dan minuman yang mereka konsumsi, dan label halal menjadi petunjuk penting bagi mereka dalam membuat keputusan pembelian. Label halal yang jelas dan terpercaya memberikan jaminan kehalalan produk, sehingga konsumen Muslim merasa lebih nyaman dan yakin saat membeli dan mengonsumsi produk tersebut.

Kedua, dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya pemenuhan kebutuhan halal, permintaan terhadap produk halal semakin meningkat di berbagai negara, baik oleh konsumen Muslim maupun non-Muslim. Hal ini menciptakan peluang bisnis yang signifikan bagi produsen dan penjual untuk menyediakan produk makanan dan minuman yang sesuai dengan standar halal. Dalam konteks ini, analisis persepsi konsumen tentang labelisasi halal menjadi penting bagi produsen dan penjual untuk memahami preferensi dan harapan konsumen terkait dengan label halal.

Selain itu, dalam beberapa tahun terakhir, telah terjadi peningkatan kasus penipuan terkait labelisasi halal, di mana beberapa produsen atau penjual tidak jujur dalam menyatakan produk mereka

sebagai halal. Hal ini menciptakan keraguan dan kekhawatiran di kalangan konsumen Muslim, dan menggarisbawahi pentingnya kepercayaan dan transparansi dalam labelisasi halal. Oleh karena itu, analisis persepsi konsumen terhadap labelisasi halal juga dapat membantu mengidentifikasi masalah-masalah yang terkait dengan kepercayaan dan keandalan label halal, sehingga dapat diambil langkah-langkah untuk meningkatkan kepercayaan dan integritas label halal.

Tujuan dari konsep halal adalah untuk memastikan bahwa produk dan makanan yang dikonsumsi oleh umat Muslim memenuhi persyaratan agama mereka dan sesuai dengan keyakinan mereka. Label halal pada produk makanan dan minuman menunjukkan bahwa produk tersebut telah memenuhi persyaratan dan standar kehalalan yang ditetapkan oleh otoritas halal yang berwenang, dan memberikan keyakinan kepada konsumen Muslim bahwa produk tersebut dapat dikonsumsi dengan aman dan sesuai dengan keyakinan agama mereka.

Dengan memahami latar belakang ini, analisis persepsi konsumen tentang labelisasi halal pada pembelian produk makanan menjadi penting untuk memahami preferensi dan harapan konsumen Muslim, meningkatkan kepercayaan dan transparansi dalam label halal, serta memenuhi permintaan pasar yang berkembang untuk produk halal.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan tersebut, peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi konsumen tentang labelisasi halal pada pembelian produk makanan. Maka penulis tertarik untuk membahas topik mengenai **“Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Menes Kabupaten Pandeglang)”**.

B. Fokus Penelitian

Fokus Penelitian dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui atau mencari gambaran agar memudahkan peneliti sebelum melakukan observasi. Fokus penelitian juga merupakan garis besar dari pengamatan penelitian sehingga observasi dan analisa hasil penelitian lebih terarah, maka diperlukannya fokus penelitian. Dalam penelitian ini akan difokuskan hanya pada **“Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Menes Kabupaten Pandeglang)”**.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi masyarakat di Kecamatan Menes Kabupaten Pandeglang terhadap labelisasi halal pada pembelian produk makanan?

2. Apa saja faktor yang membentuk persepsi masyarakat di Kecamatan Menes Kabupaten Pandeglang terhadap labelisasi halal pada pembelian produk makanan?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis persepsi masyarakat di Kecamatan Menes Kabupaten Pandeglang terhadap labelisasi halal pada pembelian produk makanan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor yang membentuk persepsi masyarakat di Kecamatan Menes Kabupaten Pandeglang terhadap labelisasi halal pada pembelian produk makanan.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan terutama untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi bagi mereka yang akan melakukan penelitian lebih lanjut tentang Analisis Persepsi

Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas tambahan pengetahuan dan wawasan penulis mengenai persepsi masyarakat di Kecamatan Menes Kabupaten Pandeglang terhadap labelisasi halal pada pembelian produk makanan.

b. Manfaat untuk Konsumen

Membantu memperluas pemahaman masyarakat mengenai label halal pada produk sehingga untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen Muslim oleh pemerintah secara resmi.

F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu merupakan acuan penelitian selanjutnya, yang mana penelitian-penelitian tersebut digunakan untuk membandingkan hasil dari penelitian yang dilakukan. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang menjadi landasan teoritis dan menjadi tolak ukur dalam melakukan penelitian sebelumnya yang terdiri dari skripsi

dan jurnal yang relevan dengan fokus penelitian yang dilakukan oleh penulis.

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Meika Wahyuni, 2015 Persepsi Muslim Konsumen terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus pada PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal) ⁵	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa 31,25% konsumen memiliki persepsi sertifikasi halal penting dan sisanya tidak memiliki persepsi tersebut karena minimnya pengetahuan pelanggan akan adanya sertifikasi halal di perusahaan bersangkutan.	Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama mengangkat tentang persepsi konsumen namun yang membedakan penelitian ini adalah tentang persepsi namun bukan sertifikat halal tetapi label halal dengan menghubungkan analisis persepsi tersebut terhadap keputusan pembelian.
2.	Iis Sutardi (2019) Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, sekitar 74% dari mereka menunjukkan	Persamaan dari penelitian tersebut sama-sama mengambil tema dengan judul analisis persepsi.

⁵ Meika Wahyuni, "Persepsi Muslim Konsumen Terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus Pada PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)" (Skripsi, 2015).

	Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Perspektif Ekonomi Syariah Di Kab. Bengkalis ⁶		persepsi positif terhadap labelisasi halal pada produk makanan impor dalam kemasan. Faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen adalah faktor pemilihan, dengan persentase mencapai 39,75%.	Perbedaan terletak pada penggunaan peneliti yang menggunakan angket dengan penelitian pendekatan lapangan selain itu lokasi dan waktu juga berbeda dengan penulis.
3.	Nurjanah (2023) Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan ⁷	Kualitatif	Hasil penelitian membuktikan bahwa Persepsi konsumen tentang labelisasi halal pada pembelian produk makanan halal di Desa Cenning dengan tinjauan pengetahuan dan pemahaman maka ditemukan bahwa mayoritas penduduk Desa Cenning sudah mengetahui label halal pada makanan, seperti ciri label halal	Persamaan penelitian ini yaitu meneliti tentang produk halal dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara. Perbedaannya pada fokus masing-masing penelitian serta waktu dan tempat juga berbeda dengan penulis.

⁶ Iis Sutardi, “Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Syariah Di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis” (Skripsi, 2019).

⁷ Nurjanah, “Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan” (Skripsi, 2023).

			terdapat tulisan atau logo halal, meski demikian penduduk Desa Cenning belum mengetahui lebih detail terkait label halal seperti proses label halal itu sendiri atau implikasinya.	
4.	Ummu Nadhiroh (2020) Analisis Persepsi Konsumen Tentang Label Halal Daging Impor Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syari'ah Di Kota Medan. ⁸	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis pengetahuan informan, sebesar 81,25% konsumen mengkonsumsi daging impor yang halal atas dasar pertimbangan syari'at dan 93,7% konsumen memiliki kesadaran sebagaimana yang dikehendaki syari'at terkait aturan konsumsi daging impor halal. Tingginya persentase di atas menjadi bukti tingginya	Persamaannya sama-sama mengambil tema dengan judul analisis persepsi dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Perbedaannya terletak pada tempat, lokasi dan titik fokus peneliti dengan penulis yang mana peneliti sebelumnya fokus pada label halal daging impor ditinjau dari perspektif ekonomi syari'ah di Kota Medan. Sedangkan peneliti pada

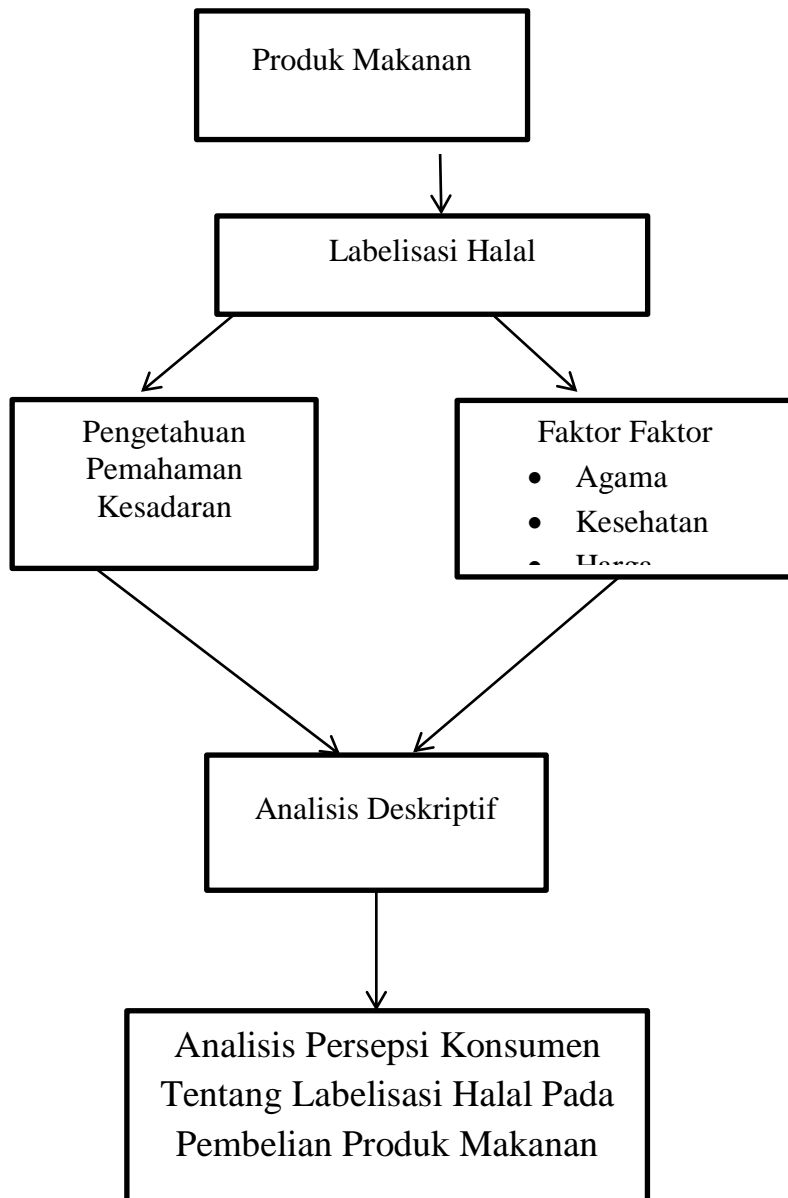
⁸ Ummu Nadhiroh, "Analisis Persepsi Konsumen Tentang Label Halal Daging Impor Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah Di Kota Medan" (Skripsi, 2020).

			kebutuhan masyarakat untuk memperoleh jaminan halal produk daging impor di Kota Medan.	label halal terhadap pembelian produk makanan.
5.	Diwayana Putri Nasution, Annisa Ilmi Faried Lubis, Rahmad Sembiring (2018) Identifikasi Persepsi Perilaku Konsumen Tentang Produk Makanan Halal Di Kota Medan. ⁹	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif makanan halal terhadap minat beli konsumen muslim / perilaku konsumen	Persamaanya dengan penelitian ini yaitu sama-sama mengambil tema persepsi konsumen dan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaanya penelitian ini membahas identifikasi persepsi perilaku konsumennya sedangkan penulis membahas persepsi konsumen tentang labelisasi halal pada pembelian makanan

⁹ Diwayana Putri N, Annisa Ilmi, and Rahmad S, "Identifikasi Persepsi Perilaku Konsumen Tentang Produk Makanan Halal Di Kota Medan," *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Vol 4, No. 2 July 2018 ISSN : 2527-2772.

G. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori diatas, maka kerangka penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut



H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang dilakukan dengan menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan tidak tertulis yang berasal dari objek atau pelaku yang diamati, penelitian kualitatif berkaitan dengan aspek kualitas, nilai atau makna di balik suatu fakta dan hanya dapat diungkapkan dan dijelaskan. melalui linguistik, bahasa dan kata-kata.¹⁰

Pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi situasi tertentu atau dalam konteks tertentu serta hal-hal yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, kegiatan dalam penelitian kualitatif dapat mengubah urutan kegiatan tergantung pada kondisi dan gejala yang ditentukan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi. Pemilihan pendekatan fenomenologi untuk penelitian penulis karena judul dan rumusan masalah penelitian penulis berfokus pada pemahaman mendalam tentang persepsi individu dan pengalaman subjektif masyarakat Kecamatan

¹⁰ Fitra Muh L, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. (Sukabumi: CV JEJAK, 2017). h. 25

Menes dalam kaitannya dengan labelisasi halal pada pembelian produk makanan.

2. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kecamatan Menes Kabupaten Pandeglang. Lokasi dipilih berdasarkan objek penelitian yang diuraikan dalam penelitian ini. Sementara waktu pelaksanaan penelitian dilakukan sejak diterimanya usulan penelitian sampai dengan selesai dan telah mendapatkan izin dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Observasi yaitu teknik atau cara mengumpulkan data yang sistematis terhadap obyek penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung.
- b. Wawancara yaitu percakapan yang bertujuan, antara dua orang (tetapi kadang-kadang lebih) yang diarahkan oleh salah seorang dengan maksud memperoleh keterangan.
- c. Dokumentasi yaitu pencatatan data yang telah valid. Pendokumentasian dilakukan dengan mencari data tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian, baik dalam bentuk tertulis

seperti buku, majalah, jurnal, dokumen, laporan dan lain-lain maupun dalam bentuk gambar.

4. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yaitu sumber data yang memberikan informasi secara langsung yang memiliki hubungan dengan masalah pokok penelitian sebagai bahan informasi yang dicari. Data primer yaitu sumber data yang memberikan informasi secara langsung yang memiliki hubungan dengan masalah pokok penelitian sebagai bahan informasi yang dicari. Sumber data ini merupakan sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan. Data primer tersebut diperoleh secara langsung dari sumber asli seperti hasil observasi perilaku, wawancara dengan informan yaitu antara penyusun dengan orang-orang yang meliputi subjek penelitian.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang bersumber dari bahan-bahan bacaan seperti buku, jurnal, hasil penelitian, surat kabar dan lain sebagainya berupa informasi yang dapat

mendukung data primer yang dikumpulkan oleh peneliti.¹¹ Data sekunder ini kemudian dianalisis dan dikaitkan dengan data primer yang telah dikumpulkan oleh peneliti untuk memberikan konteks yang lebih komprehensif. Pada penelitian ini, data sekunder diperoleh secara langsung dari Al-Quran dan Hadits, buku, jurnal, undang-undang yang membahas atau terkait dengan persepsi konsumen tentang labelisasi halal pada pembelian produk makanan mereka.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan yang paling penting dalam suatu penelitian. Analisis data adalah proses mengolah data untuk menghasilkan suatu hal baru berupa informasi untuk mengenali karakteristik data untuk digunakan dalam pemecahan masalah, setelah data ditemukan dalam observasi dan wawancara maka perlu di analisis. Peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan bantuan program software NVivo 12 berupa perangkat lunak untuk pengembangan, dukungan, dan manajemen proyek dalam analisis data pada penelitian kualitatif.¹² Selain itu dengan program NVivo,

¹¹ Rony Kountor, *Metode Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 178.

¹² Endah Tri Priyatni et al., *Endah Tri Priyatni, et All, Pemanfaatan NVIVO Dalam Penelitian Kualitatif NVIVO Untuk Kajian Pustaka, Analisis Data, Dan Triangulasi* (Malang, 2020). h. 110

peneliti dapat membuat query data, visualisasi data dan menyusun laporan. Proses analisis data secara Nvivo yaitu:¹³

a. Impor data

Mengimpor data adalah proses memasukkan data yang sudah kita dapatkan sehingga data tersebut dapat diolah kedalam aplikasi Nvivo.

b. Coding data

Coding data adalah proses memberi label atau kategori pada potongan data untuk mempermudah analisis dan pengorganisasian informasi dalam penelitian kualitatif. Dengan kata lain, pengkodean (koding) tujuan utamanya adalah untuk keperluan analisis. Pengkodean data dilakukan secara induktif, yaitu dengan cara membaca data secara intens, kemudian menentukan klasifikasi data. Tahapan ini dimulai ketika peneliti memperoleh data dan mengujinya. Masing-masing data diberi label. Gagasan yang sama diberi label yang sama.

c. Visualisasi data

Setelah semua data dimasukkan ke dalam manajemen data, selanjutnya ialah mengolah hasil koding dengan

¹³ Dedi Rianto Rahadi, *Konsep Penelitian Kualitatif Plus Tutorial Nvivo* (Bogor: PT. Filda Fikrindo, 2020). h. 199-208

menggunakan *future Explore dan Run Query*. Pada bagian ini, diagram *hierarchy chart* digunakan untuk menunjukkan kecenderungan hasil analisis.¹⁴

d. Kesimpulan dan verifikasi

Hasil dari analisis merupakan langkah penting dalam penelitian untuk memastikan bahwa temuan yang diperoleh akurat, dapat diandalkan, dan konsisten dengan data yang dianalisis agar dapat menyampaikan hasil penemuan baru yang sebelumnya belum pernah ada.

I. Sistematika Pembahasan

Penulis menyusun penelitian ini kedalam berbagai bab untuk pembahasan sistematis, yang masing-masing mencakup sub bab sistematis berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini memaparkan latar belakang, rumusan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, metode penelitian, sistematika pembahasan.

¹⁴ Dedi Rianto Rahadi, *Konsep Penelitian Kualitatif Plus Tutorial Nvivo...* h. 199-208

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi teori-teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini mengenai informasi gambaran umum subjek penelitian, diantaranya yaitu mengenai metode yang digunakan peneliti, desain lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, serta analisis data dan informan penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan tentang hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang mencakup dari hasil temuan dalam penelitian.