

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Analisis Persepsi Muslim Terhadap Logo Halal Pada Usaha *Cafe Oi* (Studi Kasus di Desa Ulak Deputi Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem pelaksanaan *Cafe Oi* menawarkan sistem manajemen yang simple dan siap pakai. Sistem pelaksanaan di *Cafe Oi* meliputi sistem administrasi, menu, Sumber Daya Manusia, dan sistem pengolahan bahan makanan.
2. Kaum muslim di Usaha *Cafe Oi* (Studi Kasus di Desa Ulak Deputi Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir) berpersepsi bahwa logo halal sangat penting. Hal ini dikarenakan logo hal membuktikan bahwa produk yang akan dikonsumsi oleh masyarakat sudah halal. Artinya produk tersebut sudah dapat dikonsumsi sesuai dengan syarat dan hukum dalam islam.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti akan memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai acuan.

1. Konsumen yang beragama Islam tanpa terkecuali berada dilingkungan apa saja hendaknya mencari tahu lebih dalam lagi kepada orang terdekat yang

dianggap lebih tahu atau bisa melalui internet untuk memahami kriteria makanan halal, haram, dan baik.

2. Ketika membeli di warung makan, perhatikan kebersihan tempat, kebersihan makanan, dan rasa dagingnya atau apabila memungkinkan tidak ada salahnya bertanya secara sopan kepada pihak produsen tentang status kehalalannya.
3. Berfikir lebih panjang mengenai status kehalalan produk yang akan dikonsumsi.
4. Mulailah menjadi konsumen muslim yang cerdas dan teliti terhadap hal-hal yang perlu diwaspadai seiring dengan banyaknya kecurangan di zaman globalisasi karena dengan mudahnya budaya asing (dari negara non muslim) masuk di negara ini.
5. MUI maupun **Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (“BPJPH”)** diharapkan bisa melakukan sosialisasi yang lebih kepada konsumen muslim mengenai terjaminnya kehalalan suatu produk dan sertifikat halal atau label halal.