

## Kearifan Lokal: Respon Masyarakat Minang terhadap Penjualan Rendang Non-Halal

### Local Wisdom: Minang Community Response to the Sale of Non-Halal Rendang

Fathurrohman Husen<sup>1</sup>, Moh. Taufik<sup>2</sup>, Sari Mustika<sup>3a</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Jl. Pandawa, Dusun IV, Pucangan, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57168.

<sup>2</sup>Program Studi Teknologi Pangan, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Jl. Pandawa, Dusun IV, Pucangan, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57168.

<sup>3</sup>Program Studi Tata Boga, Universitas Negeri Padang, Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Bar., Kec. Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat 2517.

<sup>a</sup>Korespondensi : Sari Mustika, E-mail: sari.mustika@fpp.unp.ac.id

Diterima: 02 – 04 – 2023, Disetujui: 30 – 04 – 2024

#### ABSTRACT

Padang restaurants are synonymous with providing halal food. Padang Restaurant's rejection of selling pork rendang is a strong background for this research. Padang customs are based on ABS-SBK (Basandi Syara-Syara Basandi Kitabullah Adat). This study aims to describe and analyze the response of the Minang community to a Padang restaurant that sells pork rendang. This research uses mixed methods. Quantitative techniques to collect primary data through questionnaires, and qualitative-descriptive techniques to collect secondary data and its analysis. Secondary data comes from news stories, journals, and scientific research results. Respondents' answers about the identity and opinions of Padang Restaurants that sell non-halal products are arranged in the form of a Likert scale. Respondents were Minang people totaling 75 people. Respondents strongly disagreed that a Padang Restaurant sells pork rendang, even though the Padang Restaurant includes information on the non-halal product. The reason for refusing the sale of rendang using pork, aside from being identical to Minang, which has the ABS-SBK principle, is also due to the use of Minang attributes. The Minang people still hold tightly to their customs which make Islamic teachings part of their values, including in terms of food. The researcher suggests conducting research related to the need for regulation on the inclusion of the Padang Restaurant label which is synonymous with halal food products.

**Keywords:** padang restaurant, rendang, pork, minang community

#### ABSTRAK

Rumah Makan Padang identik menyediakan makanan halal. Penolakan Rumah Makan Padang yang menjual rendang daging babi menjadi latar belakang kuat riset ini. Adat Padang berlandaskan pada ABS-SBK (Adat Basandi Syara-Syara Basandi Kitabullah). Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis respon masyarakat Minang terhadap Rumah Makan Padang yang menjual rendang daging babi. Penelitian ini menggunakan *mixed methods*. Teknik kuantitatif untuk menghimpun data primer melalui kuisioner, teknik kualitatif-deskriptif untuk menghimpun data sekunder dan analisisnya. Data sekunder bersumber dari kabar berita, jurnal, dan hasil riset ilmiah. Jawaban responden tentang identitas dan pendapat Rumah Makan Padang yang menjual produk non-halal disusun dalam bentuk skala Likert. Responden adalah masyarakat Minang berjumlah 75 orang. Responden sangat tidak setuju-tidak setuju, jika Rumah Makan Padang menjual rendang daging babi, meskipun Rumah Makan Padang tersebut mencantumkan informasi produk non-halal tersebut. Alasan penolakan penjualan rendang yang menggunakan babi selain karena rendang identik dengan minang yang berprinsip ABS-SBK juga dikarenakan penggunaan atribut Minang. Masyarakat Minang masih memegang erat adat yang menjadikan ajaran Islam sebagai bagian dari nilai-nilainya, termasuk dalam hal makanan. Peneliti menyarankan untuk dilakukan riset terkait perlunya regulasi pencantuman label Rumah Makan Padang yang identik dengan produk makanan halal.

**Kata kunci:** rumah makan padang, rendang, daging babi, masyarakat minang

## PENDAHULUAN

Rendang merupakan jenis masakan tradisional berasal dari daerah Sumatera Barat dengan bahan utama daging dan diolah dari berbagai macam campuran bumbu, rempah, dan santan. Jenis bumbu dan rempah yang biasanya dipakai untuk pengolahan rendang diantaranya bawang merah, bawang putih, cabai merah, jahe, lengkuas, kunyit, merica, adas bintang, serai, asam kandis,, daun salam, daun jeruk purut dan daun kunyit (Nurmufida *et al.*, 2017). Pada umumnya masyarakat Sumatera Barat mengolah rendang dengan bahan utama daging sapi atau kerbau, tetapi ada juga jenis olahan rendang yang lain yaitu rendang daging ayam, rendang lokan, rendang telur, rendang pakis, dll. Masyarakat Sumatera Barat yang mayoritas muslim sangat memperhatikan kehalalan dari bahan-bahan yang digunakan dalam mengolah makanan.

Provinsi Sumatera Barat menetapkan dirinya sebagai destinasi wisata halal pada ajang *World Halal Tourism Award 2016*. Meskipun resto tidak berada di wilayah Sumatera Barat, namun menggunakan label Rumah Makan Padang dapat diartikan harus menyesuaikan adatnya, yaitu menjual produk olahan yang halal. Dalam riset Adona *et al.* (2019) menjelaskan, Kota Padang telah mem-*branding* dirinya dengan kota "Wisata Halal" meskipun praktiknya belum memenuhi sepenuhnya dari unsur-unsur tersebut. Hal ini disebabkan berbagai faktor, seperti label halal, fasilitas ibadah dan layanan halal. Karenanya masih butuh konsistensi untuk mendapatkan predikat destinasi wisata halal.

Di Kota Padang, faktor religiutas merupakan penentu keputusan masyarakat dalam membeli produk, seperti produk kosmetik. Katherine (2020) melakukan riset tentang hal tersebut melalui data primer 100 responden yang terdiri dari masyarakat Kota Padang terhadap produk kosmetik halal Wardah. Faktor sosial ekonomi, seperti umur, pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan justru bukan menjadi pengaruh yang signifikan terhadap permintaan produk ini. Selain faktor religius yang menjadi pengaruh signifikan, harga juga mempengaruhi putusan masyarakat untuk melakukan permintaan produk. Artinya, masyarakat Kota Padang sangat mempertimbangkan unsur religiusitas dalam menjalankan roda perekonomian.

Penulis mendapati beberapa riset terkait tradisi di Sumatera Barat yang menunjukkan hubungan ajaran Islam dan tradisi di wilayah tersebut. Misalnya, tradisi di Sumatera Barat yang merepresentasikan ajaran Islam pernah diteliti Maijar (2018) yang menjelaskan bahwa tradisi Bungo Lado merupakan representatif budaya Islam pada Kabupaten Padang Pariaman. Pada riset lainnya, masyarakat Padang memiliki tradisi Suluk yang menurut Harahap (2018) mejadi kiat untuk menuju kesempurnaan batin dan sarana mendekatkan diri kepada Allah SWT. Hasil penelitian Halim (2008) menunjukkan bahwa masyarakat Sumatera Barat di Nagari Ulakan Kecamatan Ulakan Tapakis Kabupaten Padang Pariaman memiliki tradisi ziarah Basapan. Tradisi ini diyakini sebagai *wasilah* (penghubung) doa yang dipanjatkan oleh masyarakat yang berziarah melauai guru Syekh Burhanuddin yang telah wafat.

Tradisi suluk, bungo lado, dan basapan menjadi fakta bahwa masyarakat Sumatera Barat yang terdiri dari berbagai suku, seperti Minangkabau kental dengan unsur islami. Berkaitan dengan tradisi islami di sana, masakan Padang adalah jenis kuliner yang berasal dari Suku Minangkabau, Sumatera Barat. Suku Minangkabau yang kental dengan tradisi Islam, menjadikan Rumah Makan Padang identik dengan resto yang menyediakan makanan halal.

Kabar tentang Rumah Makan Padang yang menjual menu olahan daging babi di Kelapa Gading, Jakarta menjadi perhatian khusus bagi masyarakat Sumatera Barat. Rumah Makan Pdang yang dimaksud bernama Babiambo. Kabar ini sempat viral. Buya Mahyeldi, gubernur Sumatera Barat (Sumbar) menyampaikan, bahwa konsep makanan pada rumah makan padang adalah wajib halal. Rumah Makan padang yang menjual makanan haram, seperti daging babi maka melanggar falsafah masyarakat Minangkabau. Respon ini dibuat gubernur

Sumbang karena viral Rumah Makan Padang yang menjual rendang daging babi di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara. Menurut Mahyeldi, makanan yang ada di rumah makan Padang harus berlandaskan *Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah (ABS-SBK)* (Maulana, 2022).

Secara aturan tertulis, peneliti tidak menemukan ketentuan Rumah Makan Padang wajib menjual olahan halal, seperti Peraturan Daerah maupun Undang-Undang. Peneliti hanya mendapati statemen dewan, pimpinan, dan tokoh agama tentang hal tersebut. Namun demikian, berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, disebutkan bahwa pelaku usaha yang akan menjual produk makanan berbahan non-halal maka harus mencantumkan keterangan (PP Nomor 39 Tahun 2021). Namun demikian, jika merujuk pada beberapa statemen tokoh masyarakat di Sumbar menunjukkan bahwa ABS-SBK menjadi landasan adat. Masakan Padang adalah bagian dari makanan khasnya, sehingga *mindset* yang terbangun di masyarakat adalah kehalalan produknya.

Terlepas dari pemilik resto Babiambo, namun masyarakat Padang sudah terbentuk dari *history* dan sosial yang kental dengan ajaran Islam, termasuk dalam mengonsumsi dan memproduksi makanan. Sikap dan norma subjektif akan mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada minat masyarakat terhadap produk halal di masyarakat Padang. Produk halal menjadi penting dalam aspek pemasaran, sebab mempengaruhi persepsi bagaimana Pelaku usaha dalam berbisnis (Sunarsih, 2019). Adanya daya saing serta sertifikasi halal pada produk ikut menopang perekonomian Indonesia dan juga mensejahterakan masyarakat sebagai dampak meningkatnya omset penjualan (Rosa *et al.* 2022). Jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 64 juta, dengan daya saingnya yang tergolong rendah hal ini menyebabkan UMKM tersebut tidak mampu bersaing secara lokal bahkan global dan ada sekitar 95.34% masih membutuhkan layanan sertifikasi halal untuk produk pangan.

Ketentuan makanan dan minuman yang boleh dikonsumsi dalam ajaran Islam merujuk pada ketetapan Al-Qur'an dan juga hadis Nabi SAW. Serangkaian ketentuan tersebut dikenal sebagai fikih makanan (Prasetyo & Husen, 2020). Di antara yang melandasi wajibnya mengonsumsi yang halal dan *thayyib* dijelaskan dalam firman Allah SWT. dalam Surah Al-Baqarah Ayat 168 dengan kata perintah *kuluu min maa fi al ardhi halalan thayyiban ....* Artinya, "makanlah apa-apa yang ada di muka bumi yang halal lagi *thayyib*". Keumuman dari ayat ini menjadi peluang bagi muslim untuk mengonsumsi banyak jenis makanan yang ada di bumi, kecuali apa saja yang telah disebutkan keharamannya. Lebih detail, ketentuan makanan dan minuman apa saja yang diperbolehkan untuk dikonsumsi dalam ayat-ayat lainnya, seperti Surah Al-Baqarah Ayat 29 Termasuk adanya larangan mengonsumsi daging babi, telah ditetapkan dalam sumber hukum Islam. Dalam Surah Al-An'am Ayat 119 misalnya melarang makan daging yang disembelih tanpa menyebut nama Allah Swt. Demikian juga yang dijelaskan dalam Surah Al-Maidah Ayat 3, sekaligus menerangkan larangan memakan bangkai, darah, dan daging babi. Keharaman daging babi secara zatiyah sudah jelas disebutkan dengan lafal *hurrimat 'alaikumul maitatu wa damu wa lahmal khinzir ....* Artinya, "telah diharamkan bagimu memakan bangkai, darah, dan daging babi."

Berdasarkan riset terdahulu tentang tradisi masyarakat Sumatera Barat yang kental dengan ajaran Islam, juga berdasarkan fakta lapangan tentang respon Gubernur Sumatera Barat yang menolak rumah makan Padang menjual daging babi telah menjadi latar belakang kuat dilakukan riset ini. Penulis melakukan survei kepada masyarakat Minang yang bersuku-suku di wilayah Padang tentang bagaimana respon mereka terhadap fakta lapangan tersebut, baik yang saat ini tinggal di wilayahnya maupun berdomisili di luar wilayah. Hasil data survei selanjutnya akan dianalisis secara kualitatif sehingga menghasilkan simpulan-simpulan. Riset ini menarik dilakukan mengingat adat masyarakatnya berlandaskan pada ABS-SBK (adat basandi syara', syara' basandi kitabullah). Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan

tersebut maka tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui respons masyarakat Minang terhadap penjualan rendang non halal.

## MATERI DAN METODE

### Responden

Responden pada penelitian ini adalah masyarakat Minang berjumlah 74 orang yang bertempat tinggal di Sumatera Barat atau di luar Sumatera Barat. Data primer diperoleh melalui kuisioner yang disebar melalui *google form*.

### Desain Pertanyaan

Terdapat dua kategori pertanyaan dalam kuisioner tersebut, yaitu informasi data diri responden dan pertanyaan penelitian terkait respon terhadap penjual rendang non-halal. Data diri responden meliputi beberapa hal, yaitu 1) nama lengkap responden, 2) jenis kelamin, 3) tanggal lahir, 4) nama suku, 5) pendidikan terakhir, dan 6) tempat tinggal saat ini (domisili). Pertanyaan penelitian meliputi bagaimana pendapat responden, jika ada Rumah Makan Padang yang menjual rendang daging babi (secara diam-diam). Selanjutnya, lebih spesifik, responden diminta untuk memberikan pendapat, bagaimana menurutnya jika ada Rumah Makan Padang yang menjual rendang daging babi dengan jelas mencantumkan label (info) sebagai bahan bakunya. Pertanyaan tersebut untuk mengonfirmasi apakah Rumah Makan Padang sebagaimana tersebut dibolehkan.

Jawaban responden atas pertanyaan tersebut disusun dalam bentuk skala Likert, yaitu 1 = sangat tidak setuju/sangat tidak boleh, 2 = tidak setuju/tidak boleh, 3 = netral, 4 = setuju/boleh, dan 5 = sangat setuju/sangat boleh. Hal ini dilakukan untuk memudahkan responden dalam menyatakan pendapatnya.

### Analisis Data

Penelitian ini menggunakan *mixed methods* (Creswell, 2016). Peneliti menggabungkan teknik kuantitatif, dalam pengumpulan data primer melalui kuisioner, dan menggunakan teknik kualitatif-deskriptif, dalam pengumpulan data sekunder dan analisisnya. Data sekunder bersumber dari kabar berita, jurnal, dan hasil riset ilmiah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Responden merupakan subjek penelitian atau disebut juga sebagai orang yang diminta untuk memberikan jawaban mengenai persepsi dan fakta terhadap suatu hal tertentu. Pada penelitian ini responden yang digunakan adalah orang minang asli (bersuku minang) yang bertempat tinggal di Sumatera Barat atau diluar Sumatera Barat. Terdapat beberapa suku dari responden, yaitu Suku Bicu (1 orang), Suku Bodi (1 orang), Suku Caniago (9 orang), Suku Guci (4 orang), Suku Jambak (10 orang), Suku Kampai (1 orang), Suku Koto (9 orang), Suku Kuti Anyia (1 orang), Suku Limo Singkek Panjang (2 orang), Suku Balaimansiang (1 orang), Suku Melayu (6 orang), Suku Panai (1 orang), Suku Panyalai (1 orang), Suku Piliang (11 orang), Suku Pisang (2 orang), Suku Selayan (1 orang), Suku Sikumbang (7 orang), Suku Pitopang basa (1 orang) dan Suku Tanjung (5 orang).

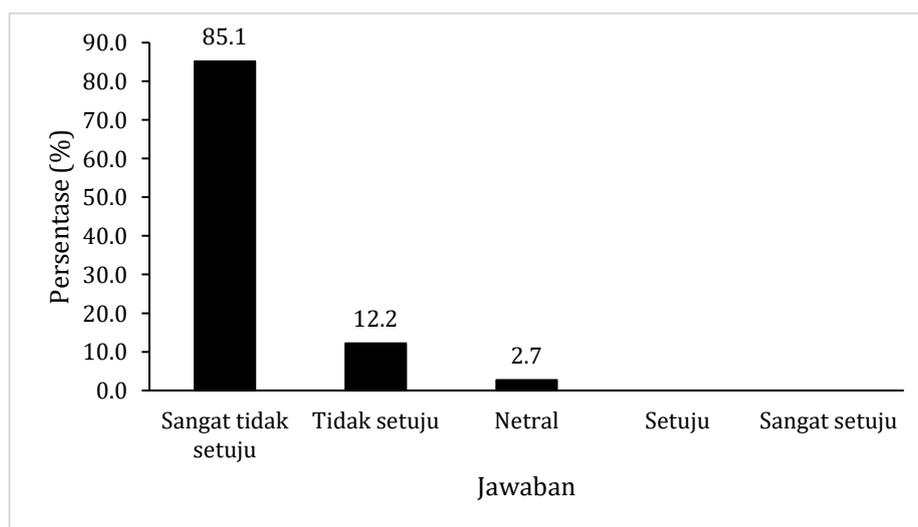
**Tabel 1.** Karakteristik responden (n = 74)

Karakteristik		Jumlah	Persentase (%)
Jenis kelamin	Laki-laki	18	25,33
	Perempuan	56	74,67
Umur (tahun)	19-24	45	60,00
	25-34	19	26,67
	35-44	10	13,33
Pendidikan	SMA	41	56,00
	D3	4	5,33
	S1	14	18,67
	S2	14	18,67
	S3	1	1,33
Domisili	Sumatera Barat	68	92,00
	Luar Sumatera Barat	6	8,00

Karakteristik responden pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1. Rata-rata responden memiliki umur 19-24 tahun yang proporsinya 59.5%. Rata-rata responden memiliki Pendidikan akhir SMA dan sebagian besar, yaitu 91.9%, tinggal di Sumatera Barat.

### Respon Masyarakat Minang terhadap Penjualan Rendang Non-Halal

Pada pertengahan tahun 2022 beredar berita penjualan rendang berbahan babi dengan nama “babiambo” yang dijual secara online. Hasil kuisisioner menunjukkan 64,86% responden mengetahui dan hanya 35,14% responden yang belum mengetahui berita tersebut. Berdasarkan hasil kuisisioner terlihat 97,3 % (85,1+12,2) responden sangat tidak setuju-tidak setuju rumah makan padang menjual rendang yang terbuat dari babi (Gambar 1). Jawaban dari responden tersebut dapat diperinci berdasarkan karakteristik responden. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 3.



Gambar 1. Jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Bagaimana menurut anda jika ada Rumah Makan Padang yang menjual rendang dari babi?” (n = 74)

Tabel 3. Jawaban responden terhadap pertanyaan “Bagaimana menurut anda jika ada Rumah Makan Padang yang menjual rendang dari babi?” berdasarkan karakteristik responden

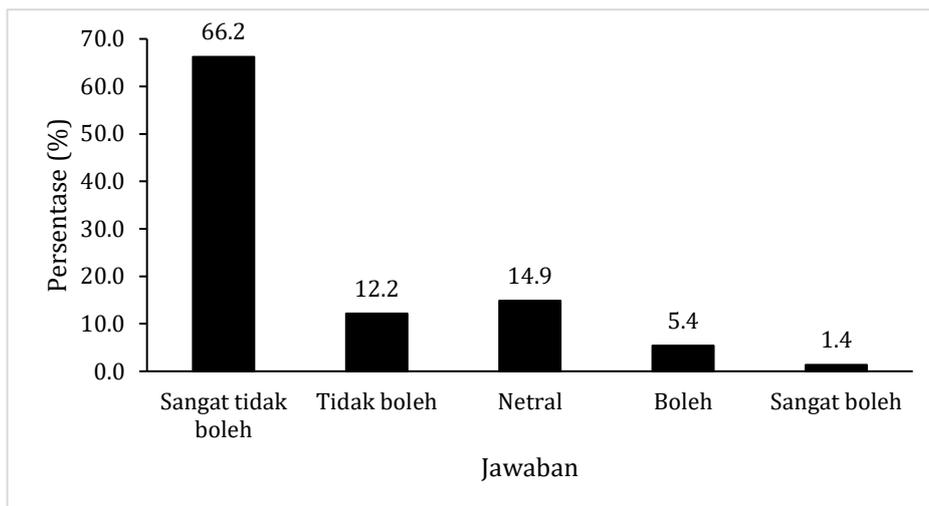
Karakteristik		Rata-rata Jawaban
Umur (tahun)	19-24	1,24 ± 0,53
	25-34	1,05 ± 0,23
	35-44	1,10 ± 0,32
Pendidikan	SMA	1,21 ± 0,52
	D3	1,00 ± 0,00
	S1	1,08 ± 0,28
	S2	1,21 ± 0,43
	S3	1,00 ± 0,00
Domisili	Sumatera Barat	1,17 ± 0,45
	Luar Sumatera Barat	1,25 ± 0,46

Keterangan: 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju

Falsafah hidup orang Minang yang telah menjadi prinsip adat Minangkabau itu sendiri, yakni *Adat Basandi Syara', Syarak Basandi Kitabullah* (ABS-SBK). Maksudnya disini adalah *Adat Bersendikan Agama, Agama bersendikan Alqur'an*. Ini menegaskan bahwa adat di Minangkabau memang berlandaskan ajaran Islam, sehingga semua produk adat, termasuk rendang, harus berlandaskan ajaran Islam. Menurut Gubernur Sumatera Barat Mahyeldi sebagaimana dikutip dari <https://sumbarprov.go.id/> menyesalkan info tentang rendang babi yang viral di media sosial. Beliau menyampaikan bahwa hal tersebut bertolak belakang dengan falsafah masyarakat minangkabau yaitu berlandaskan Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah (ABS-SBK) yakni berlandaskan Al-Qur'an dan Sunnah. Masakan khas Minang non-halal harusnya tidak boleh ada, karena masakan Minang identik dengan makanan halal yang sesuai dengan falsafah adat minang ABS-SBK (Adams, 2022).

Aziz *et al.*, (2020) menyatakan bahwa adat Minangkabau telah mengalami proses akulturasi dengan ajaran Islam. Ini berarti bahwa kebiasaan dan adat Minang mengadaptasi ajaran Islam. Adat dan budaya Minangkabau telah berakulturasi dengan Islam sejak masuknya Islam ke wilayah Minang sekitar abad ke-8 Masehi. Hal serupa disampaikan Bukhari (2009) bahwa Islam telah menyempurnakan adat Minang itu sendiri, bahkan masyarakat Minangkabau dikenal taat mengamalkan adat dan agama. Naldo (2019) juga mengemukakan bahwa masyarakat Minangkabau tidak hanya sekadar menafsirkan ajaran Islam adalah ibadah rutinitas biasa sehari-hari, akan tetapi Islam telah menjadi identitas dari orang Minang itu sendiri.

Respons masyarakat secara umum tentang kasus Rumah Makan Babiambo pernah dilakukan Laata *et al.*, (2022). Hasilnya, masyarakat umum, tidak spesifik masyarakat Minang memilih untuk tidak setuju jika Rumah Makan Padang menjual masakan non-halal. Namun demikian ada juga responden berpendapat netral dan atau mendukung ketersediaan produk non-halal di sana, meskipun hanya sebagian kecil responden. Hal ini dengan argumentasi bahwa dalam bisnis memiliki kebebasan menawarkan produk. Kiranya, perlu regulasi khusus terkait bisnis Rumah Makan Padang yang menjual produk non-halal, jika pada akhirnya menimbulkan keresahan masyarakat, khususnya masyarakat Minang sendiri.



Gambar 2. Jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Bagaimana menurut anda jika ada rumah makan padang yang menjual rendang daging dari babi dengan mencantumkan label (informasi) terkait dengan bahan baku (babi) yang digunakan dalam pembuatan rendang tersebut. Apakah rumah makan tersebut di bolehkan berjualan?” (n = 74)

Hasil kuisisioner menunjukkan sebanyak 78,4 % (66,2+12,2) sangat tidak membolehkan-tidak membolehkan rumah makan padang yang menjual rendang daging babi walaupun rumah makan padang tersebut memberikan informasi yang jelas terkait bahan babi yang digunakan (Gambar 2). Jawaban dari responden tersebut dapat diperinci berdasarkan karakteristik responden. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jawaban responden terhadap pertanyaan “Bagaimana menurut anda jika ada rumah makan padang yang menjual rendang daging dari babi dengan mencantumkan label (informasi) terkait dengan bahan baku (babi) yang digunakan dalam pembuatan rendang tersebut. Apakah rumah makan tersebut di bolehkan berjualan?” berdasarkan karakteristik responden

Karakteristik		Rata-rata Jawaban
Umur (tahun)	19-24	1,82 ± 1,01
	25-34	1,26 ± 0,93
	35-44	1,60 ± 1,07
Pendidikan	SMA	1,71 ± 0,99
	D3	2,00 ± 1,15
	S1	1,31 ± 0,85
	S2	1,64 ± 1,22
Domisili	S3	1,00 ± 0,00
	Sumatera Barat	1,59 ± 1,01
	Luar Sumatera Barat	2,00 ± 1,07

Keterangan: 1 = sangat tidak boleh, 2 = tidak boleh, 3 = netral, 4 = boleh, dan 5 = sangat boleh

Alasan penolakan penjualan rendang yang menggunakan babi selain karena rendang identik dengan minang yang berprinsip ABS-SBK juga dikarenakan penggunaan atribut minang. Pada kasus rendang babi yang viral di pertengahan tahun 2022, penjual menggunakan nama “babiambo”, yang mana “ambo” merupakan bahasa Minang yang menunjuk pada “saya”. Ketua DPP Ikatan Keluarga Minang yang juga anggota DPR, Andre

Rosiade, sebagaimana dikutip dalam <https://www.suara.com/> meminta pemilik restoran mengubah nama restorannya dan untuk tidak lagi menggunakan kata Minang atau hal lain yang bermakna serupa (Lesmana & Ardiansyah, 2022).

Setidaknya kepedulian masyarakat Minang tentang pelayanan kepada konsumen dalam menyajikan produk halal telah dilakukan dengan upaya melakukan sertifikasi halal. Tercatat pada tahun 2017 sudah dimulai upaya ini. Ismail & Adnan (2020) menemukan pada kurun waktu tahun 2017-2019 tercatat dinas pariwisata sebanyak 13 resto sudah tersertifikasi halal, data tersebut akumulasi resto di hotel maupun dalam bentuk rumah makan padang. Saat ini dilakukan upaya percepatan sertifikasi halal produk di Padang. Sertifikasi halal terbukti mempengaruhi omset penjualan di Indonesia, di sisi lain UMKM membutuhkan fasilitasi sertifikasi halal produk (Rosa *et al.*, 2022). BPJPH sudah memfasilitasi UMK untuk melakukan sertifikasi gratis. Rumah Makan Padang tidak termasuk dalam fasilitasi ini, melainkan harus melakukan sertifikasi secara regular (BPJPH, 2022).

M. I. Aziz, (2022) menyebutkan hasil risetnya tentang sosialisasi pengawasan produk halal di Sumbar belum efektif. Pasalnya, terdapat 2 pengusaha Rumah Makan dari 5 pengusaha Rumah Makan yang mengetahui terdapatnya sertifikasi halal untuk rumah makan/restoran. Sebagian pengusaha Rumah Makan ada yang telah memenuhi regulasi sertifikasi halal, akan tetapi masih ada juga sebagian pengusaha Rumah Makan yang belum memperhatikan dan memenuhi regulasi sertifikasi halal.

Fakta tersebut menunjukkan respons pelaku usaha Rumah Makan Padang di Sumatera Barat sendiri tercatat masih ada yang tidak tahu regulasi wajib sertifikasi halal bagi rumah makan dan atau tidak mempedulikannya, artinya dirasa kurang efektif sosialisasi wajib sertifikasi halal. Hal ini menjadi catatan penting, bahwa sertifikasi halal untuk resto berlaku untuk siapa saja, tidak terkecuali bagi masyarakat Minang yang menjadikan adatnya sebagai tolok ukur kehalalan produk karena kentalnya nilai Islam pada adat Minang.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan penelitian yang dilakukan maka peneliti menyimpulkan, bahwa masyarakat Minang tidak setuju jika ada Rumah Masakan Padang menjual produk makanan non-halal, baik dengan maupun tanpa menyantumkan informasi (label). bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis respons masyarakat Minang terhadap berita Rumah Padang yang menjual daging rendang babi. Hal ini berdasarkan hasil jawaban 97,3% responden menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju jika rumah padang menjual rendang babi. Dari 75 responden juga ditemukan sebanyak 78,4% sangat tidak membolehkan dan tidak membolehkan jika rumah makan padang yang menjual rendang daging babi, meskipun mencantumkan informasi non-halal pada produknya. Setidaknya, prinsip adat masyarakat Minangkabau sebagai pemilik makanan khas Padang ini menjadi faktor kuat respons tersebut. Peneliti menyarankan adat dan prinsip tentang kehalalan produk diimbangi dengan semangat melakukan sertifikasi halal regular pada Rumah Makan Padang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adams, D. O. (2022). *Gubernur Sumbar Kecam Rendang Babi, Tak Sesuai Falsafah Minangkabau*. Diskominfotik Sumbar. <https://sumbarprov.go.id/home/news/21643-gubernur-sumbar-kecam-rendang-babi-tak-sesuai-falsafah-minangkabau>
- Adona, F., Yusnani, Y., & Sukatik, S. (2019). Padang Halal Tourism: Studi Kasus Terhadap City

Branding Pada Pusat Perdagangan Kota Padang. *JIPB: Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 11(2), 143–153. <https://doi.org/https://doi.org/10.30630/jipb.11.No.%202.253>

- Aziz, E., Dzofir, M., & Widodo, A. (2020). The Acculturation of Islam and Customary Law: An Experience of Minangkabau, Indonesia. *QIJIS (Qudus International Journal of Islamic Studies)*, 8(1), 131–160. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/qijis.v8i1.7197>
- Aziz, M. I. (2022). Efektifitas Pelaksanaan Regulasi Sertifikasi Halal pada Pengusaha Kuliner di Kota Padangpanjang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014. *Rio LAW JURNAL*, 3(1), 55–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.36355/rlj.v3i1.794>
- BPJPH. (2022). *Sertifikat Halal Gratis (sehati) tahun 2022*. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. <https://sehati.halal.go.id/>
- Bukhari. (2009). Akulturasi Adat dan Agama Islam di Minangkabau. *Al-Munir: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(1), 49–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.15548/amj-kpi.v0i0.658>
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (H. El Rais (ed.); 4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Halim, A. (2008). *Tradisi Basapa di Nagari Ulakan Kecamatan Ulakan Tapakis Kabupaten Padang Pariaman Sumatera Barat* [Universitas Sumatera Utara]. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/5761>
- Harahap, R. (2018). *Tradisi Suluk Para Lansia Di Desa Batang Baruhar Jae Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara Ditinjau Dari Akidah Islam* [Universitas Islam Negeri Sumatera Utara]. <http://repository.uinsu.ac.id/6329/>
- Ismail, R. D., & Adnan, M. F. (2020). Peran Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam Mewujudkan Wisata Halal. *Jurnal Mahasiwa Ilmu Administrasi Publik (JMIAIP)*, 2(2), 98–107. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/jmiap.v2i2.142>
- Katherine, F. (2020). *Analisis Permintaan Produk Industri Halal di Kota Padang (Studi Kasus: Kosmetik Halal Wardah)* [Universitas Andalas]. <http://scholar.unand.ac.id/56717/>
- Laata, W. A., Ardiansyah, A. A., Azra, F. A., & Clareta, D. (2022). Persepsi Masyarakat tentang Nasi Padang “Non-Halal” Babiambo. *Jurnal Sosiologi Indonesia*, 1(2), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.572349/socialogica.v1i1.165>
- Lesmana, A. S., & Ardiansyah, N. (2022). *Protes! Andre Rosiade Minta Babiambo Setop Jual Menu Rendang Babi: Jangan Pakai Nama Minang di Restoran*. Suara.Com. <https://www.suara.com/news/2022/06/10/185326/protes-andre-rosiade-minta-babiambo-setop-jual-menu-rendang-babi-jangan-pakai-nama-minang-di-restoran>
- Maijar, A. (2018). Tradisi “Bungo Lado” Sebagai Representasi Budaya Islam di Kabupaten Padang Pariaman. *Ekspresi Seni: Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Karya Seni*, 20(2), 153–164. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26887/ekse.v20i2.519>
- Maulana, R. (2022). Viral Rumah Makan Padang Jual Olahan Daging Babi di Jakarta, Gubernur Sumbar: Tak Sesuai Falsafah. *Inews.Id*. <https://www.inews.id/news/nasional/viral-rumah-makan-padang-jual-olahan-daging-babi-di-jakarta-gubernur-sumbar-tak-sesuai-falsafah>
- Naldo, J. (2019). Islam dan Modal Sosial Orang Minangkabau di Perantauan. *Jurnal Penelitian*, 13(2), 251–278. <https://doi.org/10.21043/jp.v13i2.5617>
- Nurmufida, M., Wangrimen, G. H., Reinalta, R., & Leonardi, K. (2017). Rendang: the treasure of minangkabau. *Journal of Ethnic Foods*, 4(4), 232–235.

- Prasetyo, J. R., & Husen, F. (2020). Fiqih Makanan. In Guepedia (Ed.), *Serba-Serbi Mindset Halal* (pp. 33–52). CV.Emedia.
- Rosa, Y. Del, Idwar, I., & Abdilla, M. (2022). Peran Daya Saing Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM Kuliner Kota Padang Berbasis Pangan Halal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 24(2), 456–467. <https://doi.org/https://doi.org/10.47233/jebd.v24i2.587>
- Sunarsih, S. (2019). The interest of the Padang community towards halal products. *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAЕ)*, 13–25. <https://journal.uui.ac.id/CIMAЕ/article/view/13350/9437>
- Wahyuni, R., & Irfani, H. (2017). Pengaruh Relationship Marketing, Kepuasan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Sederhana Masakan Padang. *Jurnal EKOBISTEK*, 6(2), 331–337. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1234943>