

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SERTIFIKASI
HALAL DALAM UPAYA PEMENUHAN KEPUASAN
KONSUMEN
(Studi Pada Perusahaan Air Minum Isi Ulang
Kemasan Rumahan di Kabupaten Pringsewu)**

TESIS
(DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAS
MAGISTER EKONOMI SYARIAH (M.ES))



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN
LAMPUNG

OLEH
MAKSUDI
NPM : 1860102021

**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
2022 M/1444 H**

ABSTRAK

Masyarakat kabupaten pringsewu yang terkenal religius dengan islam sebagai agama mayoritas penduduk. Letak Kabupaten Pringsewu merupakan salah satu jalur tersibuk di Propinsi Lampung menuju sejumlah propinsi di pantai barat sumatera membuat posisi Kabupaten Pringsewu sangat potensial untuk pengembangan sektor perdagangan dan jasa, baik usaha perdagangan kecil, menengah, maupun perdagangan besar. Pringsewu menjadi pasar produk air minum isi ulang kemasan berbasis rumahan yang begitu potensial menjadi incaran produsen dalam dan luar negeri. Berdasarkan hal tersebut, peneliti melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi sertifikasi halal dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen air minum isi ulang kemasan rumahan di kabupaten pringsewu. Mengingat produk yang tersedia di pasaran belum seluruhnya memiliki sertifikat halal dari lembaga BPJPH. Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mendeskripsikan pengaruh sertifikasi halal terhadap usaha air minum isi ulang kemasan rumahan dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen di kabupaten pringsewu, mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi sertifikasi halal terhadap usaha air minum isi ulang kemasan rumahan dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen di Kabupaten Pringsewu, dan mendeskripsikan persepsi konsumen terhadap penerapan sertifikasi halal pada usaha air minum isi ulang kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu.

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan yang digunakan sebanyak 24 pelaku usaha dan konsumen di Kabupaten Pringsewu, skub Kecamatan Gadingrejo dan Kecamatan Ambarawa.

Penelitian ini ditemukan bahwa penerapan sertifikasi halal belum berpengaruh secara positif pada usaha air minum isi ulang kemasan rumahan dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen di Kabupaten Pringsewu. Hal ini disebabkan beberapa faktor yang dimilikinya antara lain; belum adanya kesadaran halal pelaku usaha, tidak adanya sosialisasi sertifikasi halal dari pemerintah dan lembaga BPJPH, kurangnya pengetahuan dan pemahaman sertifikasi halal, terbatasnya permodalan, faktor kesibukan, hubungan yang kurang harmonis antar pelaku usaha, sertifikasi halal belum dianggap kebutuhan yang mendasak dan familiar, serta kurangnya kepedulian konsumen terhadap pelaku usaha dalam upaya penerapan sertifikasi halal.

Kata kunci : sertifikasi halal, faktor-faktor sertifikasi halal, persepsi konsumen

ABSTRACT

The people of Pringsewu district are well-known for being religious with Islam as the religion of the majority of the population. The location of Pringsewu Regency is one of the busiest routes in Lampung Province to a number of provinces on the west coast of Sumatra, making Pringsewu Regency very potential for the development of the trade and service sector, both small, medium and large trading businesses. Pringsewu is a market for home-based bottled refill drinking water products which has the potential to become the target of domestic and foreign producers. Based on this, researchers conducted research on the factors that influence halal certification in an effort to fulfill consumer satisfaction of home-packaged refill drinking water in Pringsewu district. Considering that not all of the products available on the market have a halal certificate from the BPJPH institution. The purpose of the research conducted was to describe the effect of halal certification on home bottled drinking water businesses in an effort to fulfill consumer satisfaction in Pringsewu district, to describe the factors that influence halal certification of home bottled refill drinking water businesses in an effort to fulfill consumer satisfaction in Pringsewu District, and describes consumer perceptions of the implementation of halal certification in home-packaged refill drinking water businesses in Pringsewu District.

This research is a research that uses a descriptive qualitative approach. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. The informants used were 24 business actors and consumers in Pringsewu Regency, Gadingrejo District and Ambarawa District.

This study found that the implementation of halal certification has not had a positive effect on home-packaged refill drinking water businesses in an effort to fulfill consumer satisfaction in Pringsewu Regency. This is due to several factors, including; there is no awareness of halal business actors, there is no socialization of halal certification from the government and BPJPH institutions, lack of knowledge and understanding of halal certification, limited capital, busyness factors, less harmonious relations between business actors, halal certification has not been considered an urgent and familiar need, and lack of consumer concern for business actors in efforts to implement halal certification.

Keywords: halal certification, halal certification factors, consumer perceptions

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MAKSUDI
NPM : 1860102021
Program Study : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SERTIFIKASI HALAL DALAM UPAYA PEMENUHAN KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Perusahaan Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan di Kabupaten Pringsewu)”** adalah benar karya saya, kecuali yang di sebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Bandar Lampung, Maret 2023

Yang menyatakan,



MAKSUDI

NPM : 1860102021



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Alamat : Jl. Za Pagar Alam Labuhan Ratu Bandar Lampung Tlp. (0721) 5617070
Website : pasca.radenintan.ac.id email : pascasarjana@radenintan.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Tesis : **Pengaruh Sertifikasi Produk Halal Terhadap Konsumen (Studi Pada Perusahaan Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan Di Kabupaten Pringsewu)**
Nama Mahasiswa : **Maksudi**
NPM : **1860102021**
Program Studi : **Ekonomi Syariah**

MENYETUJUI

Telah disetujui untuk diajukan dalam ujian Tertutup pada Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, Desember 2022

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag
NIP. 19580824 198903 1 003


Dr. Nasruddin, M.Ag
NIP. 19580824 199003 1 003

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah


Dr. Svamsul Hjal, S.Ag, M.Ag
NIP. 19690921 280112 1 001



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Alamat : Jl. Za Pagar Alam Labuhan Ratu Bandar Lampung Tlp. (0721) 5617070)

Website : pasca.radenintan.ac.id email : pascasarjana@radenintan.ac.id

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Tesis yang berjudul “**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal Dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan Di Kabupaten Pringsewu)**”, ditulis oleh Maksudri, NPM 1860102021. Telah diujikan dalam Ujian Tertutup tanggal **07 Juli 2022** dan disetujui untuk diajukan dalam Ujian Terbuka pada Program Pascasarjana (PPs) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

TIM PENGUJI :

Ketua Sidang : **Dr. Hj. Heni Noviarita, M.Si** (.....)

Sekretaris : **Dr. Muhammad Iqbal Fasa, M.E.I** (.....)

Penguji I : **Dr. Evi Ekawati, M.Si** (.....)

Penguji II : **Dr. Muh. Bahrudin, M.Ag** (.....)

Penguji III : **Dr. Nasruddin, M.Ag** (.....)



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Alamat : Jl. Za Pagar Alam Labuhan Ratu Bandar Lampung Tlp. (0721) 5617070)

Website : pasca.radenintan.ac.id email : pascasarjana@radenintan.ac.id

PENGESAHAN

Tesis yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal Dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan Di Kabupaten Pringsewu)”**, ditulis oleh Maksud, NPM 1860102021. Telah diujikan dalam Ujian Terbuka pada tanggal **22 Desember 2022** pada Program Pascasarjana(PPs) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

TIM PENGUJI :

Ketua Sidang : Dr. Hj. Heni Noviarita, M.Si

Sekretaris : Dr. Muhammad Iqbal Fasa, M.E.I

Penguji I : Dr. Evi Ekawati, M.Si

Penguji II : Dr. Muh. Bahrudin, M.Ag

Penguji III : Dr. Nasruddin, M.Ag

Mengetahui,
Direktur Program Pascasarjana, UIN Raden Intan Lampung

Prof. Dr. Kuslan Maul Ghofur, M.S.I

021 2003121 001



MOTTO

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِء

مُؤْمِنُونَ ﴿٨٨﴾

Artinya : *“Dan makanlah dari rizki yang halal yang baik yang telah diberikan oleh allah kepadamu. Dan bertakwalah kepada allah yang kepada-Nya kamu telah beriman “.* (surah al-maidah:88)¹



¹ M. Said, *Tarjamah Al-Qur'an Al-Karim* (Bandung : Al-Ma'arif, 1987), h. 111

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Desa Kepandean, Kampung Kejaban, Kecamatan Ciruas, Kabupaten Serang, Provinsi Banten, pada tanggal 04 Maret 1968, anak ke-3 dari 9 bersaudara, dari pasangan Bapak Astiman dan Ibu Maktunah, kedua orangtua penulis berasal dari Serang.

Pendidikan penulis di Sekolah Dasar Negeri Kejaban, Kecamatan Ciruas selesai pada tahun 1981, kemudian melanjutkan pada Sekolah Menengah Pertama 1 Negeri Ciruas, Kecamatan Ciruas selesai pada tahun 1984, melanjutkan pada sekolah Madrasah Aliyah (MA) Ponpes Pipitan, Kecamatan Walantaka Kabupaten Serang selesai pada tahun 1988.

Pada tahun 1988 penulis melanjutkan studi pada IAIN Raden Intan Lampung Fakultas Ushuludin Jurusan Dakwah selesai tahun 1995. Sampai saat ini penulis masih mengenyam pendidikan Program Pascasarjana (PPs) S2 Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Negeri UIN Raden Intan Lampung.

Pengalaman keorganisasian yang pernah penulis ikuti yaitu, Himpunan Mahasiswa Banten (HMB), pada tahun 1988, Latihan Usaha Ekonomi Desa (UED) Tingkat Kotamadya Daerah Tingkat II Bandar Lampung tahun 1989, Latihan Kader Da' l Angkatan Ke-II Senat Mahasiswa Fakultas Ushuludin (SMFU) IAIN Raden Intan Lampung Tahun 1992, Pengurus Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Tanggamus Periode 2000 2003, Pengurus Ikatan Cendekiawan Muslim (ICMI) Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Tanggamus Periode 2003-2005, Pengurus Forum Komunikasi Umat Beragama (FKUB) Bidang Toleransi Beragama dan Toleransi Antar Umat Beragama Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu tahun 2022 sampai sekarang. Sekretaris Dewan Pengurus Wilayah Forum Komunikasi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umroh (DPW PFK-KBIHU) Provinsi Lampung tahun 2020 sampai sekarang, Ketua Dewan Pengurus Daerah Forum Komunikasi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umroh KBIHU (DPD PFK-KBIHU) Kabupaten Pesawaran tahun 2021 sampai sekarang, Ketua Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umroh (KBIHU) Walisongo Kabupaten Pesawaran tahun 2017 sampai dengan sekarang.

Dunia kerja penulis sampai saat ini adalah sebagai Penyuluh Agama Islam Non PNS Kementerian Agama Kabupaten Pringsewu spesialisasi Jaminan Produk Halal (JPH), dengan tempat tugas KUA Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW sebagai pembawa risalah islam yang sangat indah.

Tesis ini adalah salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Pascasarjana (PPs) UIN Raden Intan Lampung, dalam memperoleh gelar Magister Ekonomi Syariah (M.E.S).

Dalam upaya penyelesaian tesisi ini, penulis telah banyak menerima bimbingan bantuan dari berbagai pihak. Karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Direktur Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Muh.Bahrudin, M.Ag selaku Pembimbing I dan Bapak Dr. Nasrudin, M.Ag selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan waktunya.
3. Bapak Ketua Prodi Ekonomi Syariah Dr. Syamsul Hilal, S.Ag.,M.Ag. Pascasarjana Uin Raden Intan Lampung.
4. Bapak dan ibu dosen beserta karyawan Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung yang telah menyediakan waktu dan fasilitas dalam rangka pengumpulan data.
5. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian tesis ini, yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan tesis ini. Saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan dengan lapang dada. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, dan bermanfaat bagi pembaca pada umumnya.

Bandar Lampung, Desember 2022
Penulis

MAKSUDI
NPM. 1860102021

DAFTAR ISI

COVER HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING.....	v
PERSETUJUAN TIM PENGUJI	vi
PENGESAHAN	vii
MOTTO.....	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Alasan Memilih Judul	13
1. Alasan Objektif	13
2. Alasan Subjektif	14
C. Batasan Masalah	14
D. Rumusan Masalah	15
E. Tujuan Penelitian	15
F. Manfaat Penelitian	16
BAB II KAJIAN TEORI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SERTIFIKASI HALAL DALAM UPAYA PEMENUHAN KEPUASAN KONSUMEN.....	17
A. Landasan Teori Sertifikasi Halal	17
1. Pengertian Sertifikasi Halal	21
2. Ruang Lingkup Sertifikasi Halal	31
3. Proses Pelaksanaan Sertifikasi Halal	33
4. Konsep Halal	40
5. Kesadaran Halal (<i>Halal Awareness</i>).....	50
6. Bahan Pangan	52

7. Minat Beli.....	54
B. Kepuasan Konsumen	57
1. Pengertian Kepuasan Konsumen	59
2. Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam	65
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	71
C. Penelitian Yang Relevan.....	84
D. Kerangka Pemikiran	96

BAB III METODE PENELITIAN..... 97

A. Tempat Dan Waktu Penelitian	97
B. Latar Penelitian	97
C. Metode Dan Prosedur Penelitian	98
D. Data Dan Sumber Data	105
E. Populasi Dan Sampel.....	107
1. Populasi	107
2. Sampel	107
F. Teknik Dan Prosedur Pengumpulan Data.....	109
1. Teknik Pengumpulan Data	109
2. Prosedur Pengumpulan Data.....	110
3. Prosedur Analisis Data	112
4. Pemeriksaan Keabsahan Data.....	117
a. Uji Kredibilitas (Kepercayaan).....	117
b. Uji Konfirmabilitas (Kepastian).....	120

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 123

A. Profil Usaha Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan Kabupaten Pringsewu.....	123
1. Usaha Perseorangan Berizin.....	132
2. Sistem Penjualan Air Minum Dalam Kemasan Rumahan.....	133
3. Penetapan Harga	135
4. Strategi Pemasaran	134
5. Saluran Distribusi Air Minum Isi Ulang Kemasan	139
6. Distribusi Produk Konsumen.....	140
B. Temuan Penelitian	142
1. Karakteristik Informan	142
2. Pengaruh Sertifikasi Halal Usaha Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan Dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Konsumen Di Kabupaten Pringsewu.....	145

3. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal Usaha Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan Dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Konsumen Di Kabupaten Pringsewu	150
4. Persepsi Konsumen Penerapan Sertifikasi Halal Pada Usaha Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan Di Kabupaten Pringsewu.....	153
C. Pembahasan Temuan Penelitian	159
1. Pengaruh Sertifikasi Halal Usaha Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan Dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Konsumen Di Kabupaten Pringsewu.....	159
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal Usaha Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan Dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Konsumen Di Kabupaten Pringsewu.....	161
3. Persepsi Konsumen Penerapan Sertifikasi Halal Pada Usaha Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan Di Kabupaten Pringsewu.....	162
BAB V PENUTUP.....	179
A. Kesimpulan	179
B. Saran	182
C. Rekomendasi	183
DAFTAR PUSTAKA	185
LAMPIRAN.....	195

DAFTAR TABEL

Tabel 0.1	Laik Higiene Air Minum Bulan Januari S.D Mei 2020 Kabupaten Pringsewu.....	7
Tabel 0.2	Harga Dan Jumlah Barang Yang Diminta.....	80
Tabel 0.3	Permintaan Individual Permintaan Kolektif.....	81
Tabel 0.4	Penelitian Yang Relevan	90
Tabel 0.5	Kerangka Pemikiran.....	96
Tabel 0.6	Berdasarkan Nama Usaha Dan Legalitas Izin Usaha.....	131
Tabel 0.7	Berdasarkan Nama Pelaku Usaha, Nama Usaha Dan Agama.....	132
Tabel 0.8	Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin .	143
Tabel 0.9	Karakteristik Informan Berdasarkan Usia Pelaku Usaha.....	143
Tabel 0.10	Karakteristik Informan Berdasarkan Penghasilan Bulanan	144
Tabel 0.11	Karakteristik Informan Berdasarkan Awal Mula Berdiri Usaha Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan	144
Tabel 0.12	Tanggapan Informan Tentang Pengaruh Sertifikasi Halal	146
Tabel 0.13	Tanggapan Informan Tentang Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal Dalam Pemenuhan Kepuasan Konsumen	151
Tabel 0.14	Tanggapan Informan Tentang Persepsi Konsumen...	154

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Alur Proses Sertifikasi Halal.....	35
Gambar 1.2	Era Baru Proses Sertifikasi Halal.....	35
Gambar 1.3	Tata Cara Memperoleh Sertifikat Halal.....	37
Gambar 1.4	Penerbitan Sertifikasi Halal.....	40
Gambar 1.5	Bentuk Kurve.....	82
Gambar 1.6	Tahapan Dan Langkah-Langkah Penelitian Kualitatif.....	106
Gambar 1.7	Saluran Distribusi Produk Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan Pada Konsumen.....	141



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Observasi.....	197
Lampiran 2	Instrumen Dokumentasi	201
Lampiran 3	Pedoman Wawancara.....	203
Lampiran 4	Catatan Lapangan Hasil Observasi	209
Lampiran 5	Catatan Lapangan Hasil Wawancara	235
Lampiran 6	Dokumentasi Pendukung (Foto Dan Dokumen).....	251



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam mengajarkan setiap produk baik yang dimakan, diminum atau dikonsumsi oleh manusia, turut melibatkan kebersihan bathiniyah. Kebersihan lahir dan bathin perlu diutamakan dalam kehidupan muslim. Karena kedua faktor itu amat disukai Allah SWT. Prinsipnya, kebersihan makanan atau produk itu dituntut tidak terbatas kepada kebersihan lahiriyah semata. Ada rangkaian proses yang mesti dipatuhi mulai dari cara mendapatkan, cara menghidangkan, cara menggunakan dan seterusnya. Bahkan, sebelum membuat keputusan apakah suatu produk layak dimakan, diminum atau tidak, perlu mempertimbangkan lebih dari sekedar halal atau haram.

Persoalan konsumsi baik makanan, minuman bagi umat muslim tidaklah sekedar ditempatkan sebagai aktifitas netral atau bersifat jasmaniah semata. Halal atau haram mengandung nilai-nilai ritual atau ibadah sebagaimana diyakini para pemeluknya. Bentuk ibadah tersebut melalui pilihan pada makanan, minuman yang bersifat halal untuk dikonsumsi, maka konsumen muslim tentu perlu memilih dan mengandung nilai-nilai ritual atau ibadah sebagaimana diyakini para pemeluknya. Bentuk ibadah tersebut melalui pilihan pada makanan, minuman yang bersifat halal untuk dikonsumsi, maka konsumen muslim tentu perlu memilih setiap produk yang dikonsumsinya.

Jaminan kepastian halal makanan, minuman atau produk, eksistensinya terlihat dalam bentuk sertifikat halal dan label halal pada kemasan produk. Dengan kata lain, untuk mengetahui informasi halal haram atas produk dapat diketahui melalui penggunaan label. Tanpa label (tanda) masyarakat sulit memastikan bahan mentah, komposisi dan proses yang dilalui produk itu, meskipun label hanya satu bagian saja dalam sistem pengawasan produk secara keseluruhan. Label halal hanya sekedar

keterangan yang diberikan untuk pemasaran dan bukan proses produksi.

Dengan demikian, islam mewajibkan setiap muslim untuk menyelidiki dan memperhatikan dengan teliti dan hati-hati setiap makanan, minuman atau produk lain yang akan dikonsumsinya. Makanan yang baik yaitu semua jenis makanan yang menimbulkan selera untuk memakannya dan tidak ada nash yang mengharamkannya. Yang dimaksud dengan makanan adalah benda-benda yang biasanya difungsikan untuk makanan, baik untuk menguatkan badan, camilan atau obat-obatan.¹ Sah menjual setiap barang yang suci, memiliki manfaat dan dimiliki.¹

Prospek ekonomi dan bisnis Indonesia sehubungan penerapan sertifikasi halal, memang diakui sebagai salah satu pangsa konsumen terbesar dengan kemampuan daya beli yang besar, tidak hanya menarik perhatian para pelaku bisnis nasional melainkan juga para pelaku bisnis internasional. Peluang Indonesia untuk menasuki dan berkompetisi dengan negara-negara lain dan para pelaku bisnis lainnya, harus dapat ditangkap dan dimanfaatkan dengan meningkatkan ekspor kesejumlah negara.²

UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, ditegaskan bahwa pokok - pokok pengaturan dalam Undang-Undang ini antara lain adalah mengatur hak dan kewajiban pelaku usaha dengan memberikan pengecualian terhadap pelaku usaha yang memproduksi produk dari bahan yang diharamkan dengan kewajiban mencantumkan secara tegas keterangan tidak halal pada kemasan produk atau pada bagian tertentu dari produk yang mudah dilihat, dibaca, tidak mudah terhapus, dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari produk. Tujuan peraturan ini adalah memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengkonsumsi

¹ Nailul Huda, Hamim HR, Habibi, *Tausyeh Syarah Fath Al-Qorib* (Kediri : Santri Salaf Press, 2021), h.425

¹ Ibid, h. 424

² Abdurrahman Konoras, *Jaminan Produk Halal Di Indonesia Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen* (Depok : Rajagrafindo Persada, 2017), h. 97

dan menggunakan berbagai produk yang beredar dan diperdagangkan di pasaran.³

Prospek penerapan sertifikasi halal dengan berlakunya ketentuan tentang jaminan produk halal dapat pula dipahami sebagai bagian dari kebijakan pemerintah melakukan positifikasi hukum islam sehingga adalah suatu hal yang wajar dan tepat apabila negara pemerintahanlah yang bertugas dan berwenang mengatur berbagai aspeknya. Peralihan tugas dan kewenangan bagi MUI, harus dipandang sebagai upaya mengantarkan arah yang ditangani oleh pemerintah dengan mengatur dan mengambil alih tugas dan kewenangan dalam sertifikasi halal.

Dengan gencarnya BPJPH sebagai badan pemerintah di era dekadean ini menerapkan program SEHATI (Sertifikat Halal Gratis) atau *self declare* bagi pelaku Usaha Menengah dan Kecil (UMK) menjadi andalan pemerintah dalam membantu dan menuntaskan produk pangan yang belum memiliki sertifikat halal dengan label halal yang baru dan berbeda. Untuk memiliki sertifikat halal gratis yang diperuntukkan pelaku usaha menengah dan kecil, dengan syarat yang mudah hanya berupa Surat Ijin Berusaha (NIB) dari lembaga OSS atau dari kabupaten/kota setempat. Kenyataannya, dipasaran banyak produk yang beredar dan diperdagangkan yang belum semuanya terjamin kehalalannya. Sedangkan sejumlah peraturan perundang-undangan yang ada belum mampu memberikan jaminan perlindungan hukum. Masyarakat selaku konsumen dihadapkan pada pilihan yang sulit manakala produk yang tersedia dipasaran kurang terjamin kualitasnya.

Dari sisi sektor perdagangan akan ada banyak keuntungan bagi pelaku usaha industri, yaitu :

1. Standar jaminan halal merupakan bentuk klaim bahwa barang produknya halal yang dapat dikategorikan sebagai produk yang bermutu dan higienis.

³ Ibid. hal. 64

2. Memberikan perlindungan bagi pelaku usaha industri lokal dari serangan perdagangan impor barang-barang luar negeri.⁴

Peningkatan kesadaran beragama dalam masyarakat dalam mengonsumsi berbagai produk yang diperdagangkan, konsumen muslim semakin selektif dalam memilih produk yang digunakan, pasar konsumen Indonesia di dominasi konsumen muslim yang sangat besar. Memiliki dampak pada produsen dalam memasarkan produknya di Indonesia harus memperhatikan komposisi produk yang dijualnya sesuai dengan syariat islam. Firman Allah SWT dalam QS. Al-A'Raaf ayat 157 sebagai berikut :

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ
مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ
وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ
الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ
فَالَّذِينَ آمَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي
أُنزِلَ مَعَهُ أُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : “(Yaitu) orang-orang yang mengikuti Rasul, Nabi yang ummi yang namanya mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang makruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar, dan yang menghalalkan segala yang baik bagi mereka dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-

⁴ Imam Masykoer Alie, *Buku Pedoman Strategi Kampanye Sosial Produk Halal*, (Jakarta : Ditjen Bimas dan Penyelenggaraan Haji Depag RI, 2003), hal. 4

*belunggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya mereka itulah orang-orang beruntung”.*⁵

Dalam surat yang lain QS An-Nahl ayat 114 Allah SWT berfirman :

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ
 إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١١٤﴾

Artinya : ”Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah , jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah”.⁶

Dalam surat Al-Maidah ayat 90-91 Allah SWT berfirman :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَمُ
 رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٠﴾
 إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي
 الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَن ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنْتُمْ
 مُنتَهُونَ ﴿٩١﴾

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Sesungguhnya minuman keras, berjudi,berkurban untuk berhala,mengundi nasib dengan anak panah adalah

⁵ M. Said, *Tarjamah Al-Qur'an Al-Karim* (Bandung : Al-Maarif, 1987), hal. 154

⁶ Ibid, hal. 253

perbuatan keji dan termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah (perbuatan) itu agar kamu beruntung. Dengan minuman keras dan judi itu, setan hanyalah bermaksud menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara kamu, dan menghalang-halangi kamu dari mengingat Allah dan melaksanakan sholat, maka tidakkah kamu mau berhenti?"

Ayat diatas, menegaskan bahwa semua minuman yang memabukkan walaupun terbuat dari apa saja, minuman apa saja yang memabukkan, hukumnya haram, baik sedikit ataupun banyak. Semua ahli kesehatan sependapat, baik dahulu maupun sekarang bahwa, minuman khamar itu banyak sekali mudharatnya dibandingkan manfaatnya. Allah tidak akan melarang sesuatu, kalau tidak berbahaya. Sudah tidak diragukan lagi bahwa minuman khamar itu berbahaya bagi kesehatan, akal fikiran dan urat syaraf, serta harta benda dan keluarga.⁷

Berdasarkan teori geopolitik Frederich Ratzel,⁸ Dalam memperluas wilayah kedaulatan dimungkinkan suatu negara melakukan ekspansi, dan ekspansi yang diperkenankan adalah melalui perdagangan dan industri. Seperti RRC, Korea, Jepang dibidang perdagangan dan industri, terutama pada era perdagangan bebas dan Masyarakat Ekonomi Asia (MEA).

Indonesia adalah salah satu negara mayoritas konsumennya beragama islam dan salah satu negara menjadi sasaran ekspansi negara-negara tersebut. Hal ini terlihat dengan membanjirnya barang-barang impor dari luar negeri yang beredar di Indonesia. Baik obat-obatan, kosmetik, makanan dan minuman. Barang-barang tersebut bukanlah barang yang bersertifikat halal.

Berdasarkan data Dinas Penanaman Modal Kantor PN-PTSP Kabupaten Pringsewu, pelaku usaha yang memiliki laik higiene dimuat pada tabel berikut:

⁷ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid I Zuz 1-3* (Jakarta : Sinergi Pustaka, 2012), hal. 322

⁸ Tim Dosen Kewarganegaraan, *Modul Pendidikan Kewarganegaraan Untuk Mahasiswa* (Jakarta : Dikti, 2016), hal. 157

Tabel 0.1
Laik Higiene Air Minum
Bulan Januari s.d Mei 2020 Kabupaten Pringsewu

No	Tanggal Pendaftaran	Nama Pemohon	Nama Usaha	No. Surat Izin	Alamat Usaha
1	15 Jan 2020	Pujianto Sidik	ASI (Air Sumber Istimewa)	503/002/I-HS-DAM/D.14/2020	Krawangsari RT. 001/004 Ambarawa
2	27 Feb 2020	Dadang Lesmana	Bio Fresh	503/003/I-HS-DAM/D.14/2020	Darul Muhajirin RT. 04/01 Pringsewu Utara
3	15 Mar 2020	Diyanto	Al-Faris	503/16/I-HS-DAM/D.14/2020	Jl. Praptu Swarta Siliwangi 08 Sukoharjo
4	25 Feb 2020	Rino Haryono	RN Water Oxy Plus	503/018/005/I-HS-DAM/D.14/2020	M. Ghardi Ambarawa
5	19 Mei 2020	I Wayan Mangku	Tuyo Kerawang	503/005/I-HS-DAM/D.14/2020	M. Ghardi Ambarawa
6	15 April 2020	Trimin Hastuti P.	Air Kerawang Murni	503/004/I-HS-DAM/D.14/2020	M. Ghardi Ambarawa
7	11 Mei 2020	Ahmad Tohirin	Air Kerawang	503/004/I-HS-DAM/D.14/2020	Karangsari Ambarawa

Sumber : Dinas Penanaman Modal PN-PTSP Kab. Pringsewu

Berdasarkan Tabel 0.1 diatas, populasi pelaku usaha air minum isi ulang kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu yang sudah terdaftar dan memiliki izin laik higiene air minum pada Dinas Penanaman Modal Kantor PN-PTSP sebanyak 7 pelaku usaha. Sementara pelaku usaha yang lain belum melaporkan dan mendaftar pada kantor kedinasan tersebut. Disebabkan izin usaha mereka masih aktif dan belum habis masa berlakunya. Hal ini berdampak pada pelaku usaha dalam memasarkan produk yang dijualnya, bukan hanya dipandang dari segi kesehatan tetapi juga harus sesuai dengan syariat islam.

Seiring dengan pesatnya media informasi yang diperoleh konsumen akan semakin banyak dan turut mempengaruhi pola konsumsi mereka. Penerapan sertifikasi produk halal di Indonesia dihadapkan pada kurangnya pemahaman sejumlah negara dan para

pelaku usaha asing terhadap ketentuan hukum yang mendasari berlakunya sertifikasi produk halal.

Argumentasi proses pengurusan sertifikasi halal membutuhkan biaya tinggi, dengan demikian tidak dapat diterima sebagai argumen yang wajar. Sedangkan para pelaku usaha dalam memproduksi berbagai produk bersertifikasi halal, dapat membebankan biaya tersebut kepada konsumen sebagaimana salah satu prinsip ketentuan jaminan produk halal yang menekankan pentingnya efektivitas dan efisiensi.

Penerapan sertifikasi halal di Indonesia akan berhadapan dengan persaingan bisnis baik di tingkat regional maupun global, mengingat produk ekspor dan impor Indonesia, khususnya produk makanan dan minuman semakin gencar memasuki pangsa pasar baru seperti negara-negara di kawasan Timur Tengah, Pakistan, India, Bangladesh, Iran, Turki dan sejumlah negara lainnya di benua Afrika dengan populasi yang besar. Penetrasi bisnis dalam rangka memperkuat ekspor produk dari Indonesia, tentunya akan mendapatkan kepercayaan dan perluasan konsumen di kawasan tersebut jika memiliki sertifikasi halal.⁹

Sertifikat halal merupakan syarat untuk mendapatkan izin mencantumkan label halal pada kemasan produk yang dikeluarkan pemerintah. Label halal ialah informasi tertulis yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari setiap kemasan produk yang dicantumkan dalam label kemasan sebagai jaminan bahwa produk dalam kemasan tersebut tidak mengandung unsur haram untuk dimakan atau digunakan oleh umat islam sejalan dengan persyaratan halal.¹⁰ Produk halal berarti halal secara zatnya, halal cara memperolehnya, halal cara penyembelihannya, minuman yang tidak diharamkan, halal cara memperolehnya. Jadi, dalam islam hanya ada pengertian halal, tidak halal (haram), diragukan kehalalannya (syubhat) dan tidak ada pengertian dijamin

⁹ Abdurrahman Konoras, *opcit*, hal. 92

¹⁰ Farid Wajdi, *Jaminan Produk Halal di Indonesia Urgensi Sertifikasi dan Labelisasi Halal*, (Depok : Rajagrafindo Persada, 2019), hal. 38

ditanggung halal 100% atau 90% dan seterusnya.¹¹ Sertifikat halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI (UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal).¹²

Selain label halal terhadap produk seperti air minum dalam kemasan, kualitas pelayanan perusahaan terhadap konsumen merupakan bagian yang tak kalah pentingnya di dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk tertentu. Dikatakan penting karena air merupakan kebutuhan bagi umat manusia, terlebih dipergunakan untuk dikonsumsi sebagai air minum.

Air minum kemasan adalah merupakan air yang diperoleh dengan cara pengolahan, menggunakan teknologi mesin sehingga dapat mempermudah dan membantu manusia dalam memperoleh akan kebutuhan air. Kepraktisan depot air minum menjadikan masyarakat memilih menggunakan air minum tersebut dibandingkan dengan melalui memasak. Meningkatnya kebutuhan air minum isi ulang kemasan membuka peluang usaha pengisian air minum berskala industri rumahan. Hal ini dibuktikan dengan berkembangnya jumlah industri air minum isi ulang rumahan dimana-mana, ditengah-tengah masyarakat di Kabupaten Pringsewu.

Mahalnya harga air minum isi ulang dalam kemasan dari berbagai merek terkenal, menjadikan konsumen bingung untuk menggunakan air minum isi ulang yang bermerek. Keresahan masyarakat akan tingginya harga air minum isi ulang kemasan bermerek, menyebabkan munculnya usaha air minum isi ulang rumahan (depot isi ulang) yang mendapatkan tanggapan baik oleh warga masyarakat. Harga air isi ulang rumahan yang jauh lebih murah dan terjangkau, terkadang mengabaikan kebersihan, kehygienisan dan kehalalan yang bertentangan dengan syariat islam

¹¹ Ibid

¹² Ibid

sehingga dapat merugikan konsumen. Rata-rata harga air minum isi ulang berkisar Rp. 2.000,- hingga Rp. 5.000,- pergalon.

Perwujudan pelaku usaha air minum isi ulang ini kemudian didukung oleh pemerintah Kabupaten Pringsewu guna membantu perekonomian masyarakat, terutama di bidang pembangunan ekonomi, sesuai dengan Undang-Undang Nomor. 7 Tahun 2004 tentang Sumber Daya Air, dan diperkuat dengan PP Nomor. 122 Tahun 2015, bahwa "*Kewajiban untuk menyelenggarakan Sistem Penyediaan Air Minum (SPAM) menjadi tanggungjawab Pemerintah dan Daerah*"¹³ Usaha air minum isi ulang kemasan rumahan terbesar di sembilan Kecamatan di Kabupaten Pringsewu.¹⁴

Dalam perspektif ekonomi islam, prinsip halal dan haram dalam melakukan usaha atau bisnis apapun, sangatlah berpengaruh dalam menentukan sikap bagaimana seorang muslim seharusnya. Prinsip hidup seperti ini harus diperhitungkan oleh setiap pengusaha yang tertarik menggarap pasar muslim di Kabupaten Pringsewu yang begitu besar kepadatan penduduknya rata-rata 39 jiwa/Ha, yang dengan luas wilayah sekitar 625,1478.876 jiwa. Secara administrasi, Kabupaten Pringsewu dibagi dalam 9 Kecamatan dan memiliki 131 Desa/Kelurahan.¹⁵ Karena itu, pelaku usaha seharusnya memerlukan strategi pemasaran yang berbeda dan sesuai dengan prinsip-prinsip islam.

Dengan populasi muslim terbanyak di Kabupaten Pringsewu, memiliki posisi strategis bagi dunia bisnis air minum isi ulang kemasan. Apabila memiliki legalitas izin yang bersertifikasi halal yang dikeluarkan LPPOM MUI (BPJPH), maka keputusan konsumen dapat terpenuhi. Penerapan sertifikasi halal sangat berpengaruh dalam menjamin usaha air minum isi ulang kemasan menjadi kenyataan. Jika air minum yang halal dapat dikonsumsi oleh masyarakat, bukan hanya akan memiliki kepuasan

¹³ PUPR.Pringsewu.go.id diunggah 8 Oktober 2019

¹⁴ Wawancara, dengan Daliman, pengusaha air minum isi ulang kemasan ambarawa, 23 April 2020

¹⁵ <https://portal.nawasis.info2021> diunggah 6 Juni 2021

fisik, tetapi juga akan mendapatkan keberkahan dan kepuasan rohani. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT. Dalam surat Al-An'am ayat 160 yaitu :

مَنْ جَاءَ بِالْحَسَنَةِ فَلَهُ عَشْرُ أَمْثَالِهَا وَمَنْ جَاءَ بِالسَّيِّئَةِ فَلَا تُجْزَىٰ إِلَّا مِثْلَهَا وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

Artinya : “Barang siapa yang membawa amal yang baik, maka baginya pahala sepuluh kali lipat amalannya, dan barang siapa yang membawa perbuatan jahat maka dia tidak diberi penjelasan, melainkan seimbang dengan kejahatannya, sedang mereka sedikitpun tidak dianiaya (dirugikan).”

Dari ayat diatas, maka halal adalah bagian dari gaya hidup yang telah diatur dalam ajaran islam. Tujuannya pasti untuk kebaikan manusia. Halal yang dimaksud adalah meliputi halal haram dalam subtansinya, cara mendapatkannya, proses pembuatannya maupun cara penyajiannya.

Penerbitan UU JPH, memberikan manfaat bagi masyarakat muslim dan pemerintah, bukan pula sebatas memberikan jaminan dan perlindungan terhadap produk dan bahan yang digunakan bersifat halal, tetapi juga memberikan peluang pasar keluar negeri. Bila produk yang sudah bersertifikat halal secara Undang-Undang, maka masyarakat dan para konsumen akan menjadi aman dan nyaman karena terbebas dari makanan, minuman yang haram. Selain itu, persepsi konsumen akan menjadi lebih positif, tidak ada rasa keraguan dalam membeli produk atau barang yang dikonsumsi.

Kondisi dilapangan, cukup memprihatinkan. Pelaku usaha dan konsumen belum mendapat proteksi yang wajar, sosialisasi jaminan produk halal terutama pada usaha kecil dan menengah belum tercapai secara maksimal. Masih banyaknya persepsi konsumen yang kontra menjadi masalah yang perlu diurai, agar tidak menjadi benang yang kusut. Beralihnya kewenangan MUI

melalui LPPOM MUI kepada lembaga BPJPH dalam mengeluarkan dan menangani sertifikat produk halal juga menimbulkan pro dan kontra, terutama dalam hal logo halal masih tanda tanya. Penyuluhan-penyuluhan JPH pada masyarakat kelas menengah ke bawah oleh penyuluh agama, lembaga organisasi islam baik dari Nahdhatul Ulama (NU), maupun Muhammadiyah belum tersentuh dengan baik. Padahal memperoleh sertifikat halal yang berbayar dan gratis bagi produsen atau pelaku usaha, juga jaminan pada konsumen muslim merupakan perwujudan hak konstitusional. Akses produk halal mestinya dijamin oleh konstitusi. Pemerintah hendaknya mampu memfasilitasi masyarakat dalam menjalankan syariat agama warganya. Mencermati proses dan mekanisme mendapatkan sertifikat halal yang berlaku selama ini dirasakan sangat memberatkan bagi kebanyakan produsen, khususnya kelompok usaha kecil dan menengah.

Fakta yang dapat mengakses sertifikasi halal itu hanya kalangan pelaku besar saja merupakan sesuatu yang tak terbantahkan. Jika ingin mempertahankan sertifikat halal, pemerintah melalui lembaga BPJPH harus melakukan debirokrasi akses yang cenderung mengedepankan pada pengusaha kelas menengah dan kecil. Setidaknya kemudahan izin berusaha (NIB) menuju program sertifikat halal gratis menjadi solusi yang tepat dalam mengantarkan kehidupan masyarakat tidak terlalu banyak kandungan *musytabihat*-Nya atau terlebih-lebih muatan haramnya. Faktor-faktor penerapan sertifikasi halal bagi pelaku usaha menengah dan kecil kemungkinan besar masih banyak mengalami kendala-kendala serta hambatan yang mereka hadapi, termasuk pada usaha air minum isi ulang kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu.

Pada sisi lain, para konsumen baik dipasar nasional maupun internasional dewasa ini semakin kritis, menuntut standarisasi produk yang semakin tinggi dan kompleks, yang tidak hanya menyangkut aspek mutu, kesehatan, dan lingkungan, akan tetapi juga menuntut aspek sosial budaya dan agama.

Berdasarkan uraian tersebut, maka perlu dilakukan pengkajian penelitian mendalam tentang “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal Dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan Di Kabupaten Pringsewu)*”.

B. Alasan Memilih Judul

Judul penelitian “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal Dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan Di Kabupaten Pringsewu)*”, memiliki alasan sebagai berikut :

1. Alasan Objektif

- a. Perkembangan usaha air minum kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu semakin pesat, karena setiap hari masyarakat mengkonsumsi untuk kebutuhan hidup. Harga yang murah dan terjangkau di kalangan menengah kebawah menjadi solusi berdirinya usaha air minum isi ulang rumahan. Disamping itu, dukungan pemerintah Kabupaten Pringsewu turut membantu perekonomian masyarakat terutama dalam bidang pembangunan ekonomi sesuai dengan UU Nomor. 7 Tahun 2004 tentang Sumber Daya Air, dan diperkuat dengan PP Nomor. 123 Tahun 2015 tentang Usaha Air Minum Isi Ulang Kemasan. Usaha air minum isi ulang kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu lebih banyak dikelola oleh perorangan daripada Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dan masuk dalam kategori usaha kecil dan menengah masih tetap berkembang serta berjalan dengan baik sampai sekarang. Kabupaten Pringsewu sebagai pintu gerbang penghubung antar propinsi di Lintas Barat begitu ramai dan sangat potensial dalam perdagangan besar dan kecil termasuk dalam pengembangan air minum isi ulang. Oleh karena itu, sudah seyakinya untuk diteliti lebih lanjut dan mendalam. Bagaimana fenomena bisnis air minum tersebut dalam

kaitannya dengan penerapan sertifikasi halal dalam mencapai kepuasan konsumen sesuai dengan syariat islam.

- b. Aktivitas bisnis air minum isi ulang dalam kemasan yang bersertifikat halal telah digalakkan oleh pemerintah melalui lembaga BPJPH dan MUI sebagai Fatwa MUI, dan berbagai pihak yang terkait, bahkan Pemerintah Daerah terus mendorong adanya kepemilikan sertifikat halal bagi para pelaku usaha, ternyata belum menunjukkan perubahan yang positif. Pelaku usaha masih banyak yang belum familier untuk mendaftarkan produknya guna memiliki sertifikat halal, disamping karena tingkat pemahaman dan kesadaran halal yang masih rendah memungkinkan penerapan sertifikasi halal juga belum berpengaruh di Kabupaten Pringsewu, Skud Kecamatan Gadingrejo dan Kecamatan Ambarawa, menjadi layak untuk diteliti serta dianalisis.

2. Alasan Subjektif

- a. Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi sertifikasi halal dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, studi pada perusahaan air minum isi ulang kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu dalam kaitan dengan bisnis atau usahanya, sistem usaha air minum kemasan dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen sangat memungkinkan untuk diteliti, karena yang menjadi informan sudah sangat jelas, yaitu para pelaku usaha dan konsumen.
- b. Judul tesis ini relevan dengan bidang keilmuan penulis pada program Magister Ekonomi Syariah.

C. Batasan Masalah

1. Penelitian ini difokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi sertifikasi halal dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen air minum isi ulang kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu, dan sistem bisnis usaha air minum isi

ulang kemasan rumahan dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen.

2. Subjek penelitiannya adalah para pelaku usaha air minum isi ulang kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu yang sudah memiliki izin usaha baik dari Dinas Kesehatan, Dinas Penanaman Modal PN-PTSP, maupun surat izin dari lembaga BPJPH.
3. Objek penelitiannya adalah para konsumen air minum isi ulang kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu.

D. Rumusan Masalah

Penelitiannya yang dilakukan memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh sertifikasi halal usaha air minum isi ulang kemasan rumahan dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen di Kabupaten Pringsewu?
2. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi sertifikasi halal usaha air minum isi ulang kemasan rumahan dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen di Kabupaten Pringsewu?
3. Bagaimana persepsi konsumen penerapan sertifikasi halal pada usaha air minum isi ulang kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu.

E. Tujuan Penelitian

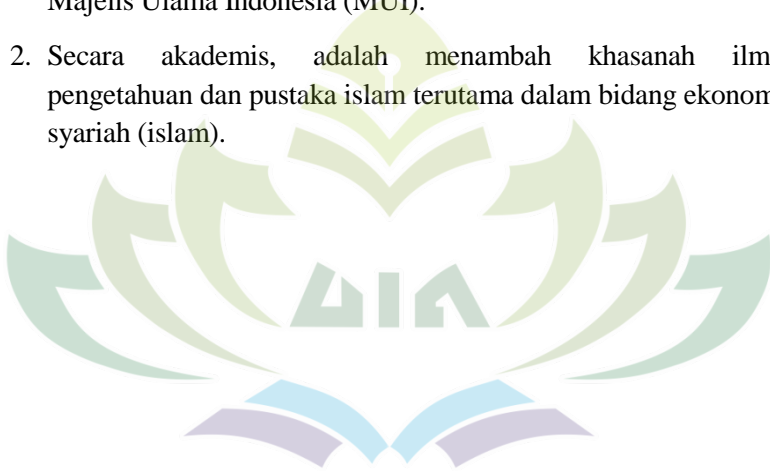
Tujuan penelitian dalam tesis ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan pengaruh sertifikasi halal usaha air minum isi ulang kemasan rumahan dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen di Kabupaten Pringsewu.
2. Untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi sertifikasi halal usaha air minum isi ulang kemasan rumahan dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen di Kabupaten Pringsewu.

3. Untuk mendeskripsikan persepsi konsumen penerapan sertifikasi halal pada usaha air minum isi ulang kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu.

F. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, adalah memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang pengaruh sertifikasi halal, faktor-faktor yang mempengaruhi sertifikasi halal, dan persepsi konsumen penerapan sertifikasi halal air minum isi ulang kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu oleh lembaga Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI).
2. Secara akademis, adalah menambah khasanah ilmu pengetahuan dan pustaka islam terutama dalam bidang ekonomi syariah (islam).



BAB II

KAJIAN TEORI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SERTIFIKASI HALAL DALAM UPAYA PEMENUHAN KEPUASAN KONSUMEN

A. Landasan Teori Sertifikasi Halal

Pada zaman era globalisasi yang berkembang saat ini, proses pengolahan makanan dan minuman serta obat-obatan dan kosmetika telah melibatkan proses yang kompleks dan mengandung bahan pencampur yang beraneka ragam, sehingga hal ini menjadi hal yang tidak sederhana lagi dan tentunya sangat rawan. Produk pangan sendiri, terdapat berbagai jenis. Banyaknya jenis pangan yang siap saji, maupun olahan diolah secara modern dan tradisional. Dalam produksi pengolahan pangan misalnya, banyak digunakan gelatin, enzim, lemak hewani, bahan baku berbasis daging dan sebagainya. Sementara air dalam kemasan atau air mineral terletak pada proses penyaringan air. Karbon aktif yang dipakai dalam penyaringan air dapat berasal dari berbagai sumber antara lain dari batok buah kelapa, briket atau batu bara, kayu dan tulang hewan.¹⁶ Berbagai macam produk sedemikian deras menyerbu dan membanjiri pasar pangan kita. Sangat tidak mustahil kalau industri pangan yang kemungkinan besar adalah haram.¹⁷ Karena dibuat atau mengandung bahan yang diharamkan, atau berasal dari hewan halal yang tidak disembelih sesuai syariat islam. Sejak awal dari proses produksi, kehalalan suatu produk harus diperhatikan.

Dinyatakan dalam dasar negara kita yaitu Pancasila, bahwa Indonesia adalah negara yang beragama. Di Indonesia terdapat berbagai macam agama serta keyakinan yang dianut oleh penduduk Indonesia. Dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Pasal 29 Ayat (2) disebutkan :

¹⁶ Fadhlan Mudhafier, A.F.Wibisono, *Makanan halal, kebutuhan umat dan kepentingan pengusaha* (Jakarta : Zakia Press, 2005), h. 31-32

¹⁷ Ibid, h. 18

“Negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadat menurut agamanya dan kepercayaannya itu”¹⁸ Untuk menjamin setiap pemeluk agama beribadah dan menjalankan ajaran agamanya, Negara berkewajiban memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat. Oleh karena itu, jaminan penyelenggaraan produk halal bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk, serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.¹⁹

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 4 Huruf c tentang Perlindungan Konsumen, bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.²⁰ Salah satunya yang dituangkan dalam peraturan mengenai penerbitan adalah sertifikasi halal.

Sertifikasi halal merupakan suatu kegiatan atau proses yang dilakukan untuk memenuhi atau mencapai standar tertentu. Tujuan akhir dari sertifikasi halal yaitu adanya pengakuan secara legal formal bahwa produk yang dikeluarkan telah memenuhi ketentuan halal. Setiap pelaku usaha yang akan mencantumkan label halal pada kemasannya harus mendapatkan sertifikat terlebih dahulu. Penentuan sertifikat halal sangat diperlukan sebagaimana prinsip-prinsip agama Islam, bahasa halal dan haram merupakan hal yang paling penting dalam syariat Islam, dan juga termasuk dalam substansi hukum Islam. Hal ini menuntut masyarakat untuk mengetahui kejelasan informasi tentang tingkat kehalalan pangan itu sendiri, sebagaimana bentuk jaminan keamanan kaum muslim. Disitulah pentingnya sertifikasi halal pada sebuah produk.

¹⁸ Undang-undang Jaminan Produk Halal, UU RI No. 33 Tahun 2014, (Jakarta : Sinar Grafika, 2015), h. 26

¹⁹ Ibid

²⁰ Farid Wajdi, opcit, h. 138

Selama ini (BPJPH) maupun dahulu (LPPOM MUI), sertifikat halal masih belum sepenuhnya efektif dalam melindungi konsumen muslim, karena sesuai peraturan yang berlaku sebelumnya, permohonan sertifikasi halal produk oleh para pelaku usaha hanya bersifat sukarela. Kepedulian pelaku usaha terhadap sertifikasi halal masih terbatas pada pelaku usaha yang berskala besar. Sedangkan pelaku usaha kecil dan menengah belum menjadikan sertifikasi halal sebagai hal yang utama. Bagi pelaku UMKM sendiri, masih ada beberapa produk pangan olahan, diantaranya olahan rumah tangga yang belum berlabel halal dan hanya menggunakan nomor P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga), termasuk usaha air minum isi ulang kemasan rumahan hanya menggunakan kelayakan uji Laboratorium Laik Higiene air yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan. Baik itu yang dijual di toko kecil, warung, minimarket maupun rumah tangga. Hanya dengan mencantumkan label P-IRT dan kelayakan Uji Laboratorium air minum pada kemasan produk makanan dan minuman sudah membuat konsumen merasa aman, karena bagi konsumen, sudah ada label tersebut sudah memberikan rasa aman karena sudah melewati proses uji kesehatan.

Kewajiban sertifikasi halal untuk semua makanan dan minuman ini dengan tegas dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang berbunyi :”Produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal”.²¹ Artinya bahwa para pelaku usaha yang produk-produknya diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikat halal dan tertera label/logo halal pada kemasannya, mutlak diperlukan sebagai payung hukum yang kuat bagi pemerintahan yang berwenang untuk mengatur produk halal di Indonesia.

Setiap muslim sudah barang tentu ingin mengonsumsi makanan yang halal dan *thayyib* (baik), terlepas dari apakah makanan itu dibuat sendiri atau beli jadi. Agama islam

²¹ Undang-undang Jaminan Produk Halal, UU RI No. 33 Tahun 2014, opcit, h.

memerintahkan pada seluruh umat Muhammad SAW untuk senantiasa dalam ketakwaan.²² Demikian salah satu dari firman Allah SWT dalam (QS.4:131). Perintah ini juga diberlakukan pada saat mereka menjalankan aktivitas makan, sebagaimana dimaksudkan oleh salah satu firmanNya dalam (QS.5:88). Dari penggalan kedua ayat itu, bahwa kaum muslimin diperintahkan untuk senantiasa bertakwa, baik ketika hendak, sedang maupun makan. Dan ketakwaan menyebabkan diperolehnya “furqon”, yaitu petunjuk yang dapat membedakan antara yang hak dan bathil, atau bisa juga berarti pertolongan.²³

Adapun pokok-pokok pengaturan dalam Undang-Undang RI Nomor 33 Tahun 2014 antara lain sebagai berikut :²⁴

1. Untuk menjamin ketersediaan produk halal, ditetapkan bahan produk yang dinyatakan halal, baik bahan yang berasal dari bahan hewan, tumbuhan, mikroba, maupun bahan yang dihasilkan melalui proses kimiawi, proses biologi, atau proses rekayasa genetik.
2. Mengatur hak dan kewajiban pelaku usaha dengan memberikan pengecualian terhadap pelaku usaha yang memproduksi produk dari bahan yang berasal dari bahan yang diharamkan dengan kewajiban mencantumkan secara tegas keterangan tidak halal pada kemasan produk atau pada bagian tertentu dari produk yang mudah dilihat, dibaca, tidak mudah terhapus dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari produk.
3. Dalam rangka memberikan pelayanan publik, pemerintah bertanggungjawab dalam menyelenggarakan JPH (Jaminan Produk Halal) yang pelaksanaannya dilakukan oleh BPJPH. Dalam menjalankan wewenangnya, BPJPH bekerjasama dengan kementerian dan/atau lembaga terkait, MUI dan LPH.

²² Fadhlán Mudhafier, A.F. Wibisono, opcit, h. 127

²³ Ibid, h. 127-128

²⁴ Undang-undang Jaminan Produk Halal, UU RI No. 33 Tahun 2014, opcit, h.

4. Tata cara memperoleh sertifikat halal diawali dengan pengajuan permohonan sertifikat halal pelaku usaha kepada BPJPH. Selanjutnya, BPJPH melakukan pemeriksaan kelengkapan dokumen. Pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan produk dilakukan oleh LPH. LPH tersebut harus memperoleh akreditasi dari BPJPH yang bekerjasama dengan MUI. Penetapan kehalalan produk dilakukan oleh MUI melalui sidang fatwa halal MUI dalam bentuk keputusan penetapan halal produk yang ditandatangani oleh MUI. BPJPH menerbitkan sertifikat halal berdasarkan keputusan penetapan halal produk dari MUI.
5. Biaya sertifikasi halal dibebankan kepada pelaku usaha yang mengajukan permohonan sertifikat halal. Dalam rangka memperlancar pelaksanaan penyelenggaraan JPH, Undang-Undang ini memberikan peran bagi pihak lain seperti Pemerintah melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara, Pemerintah Daerah melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, perusahaan, lembaga sosial, lembaga keagamaan, asosiasi, dan komunitas memfasilitasi biaya sertifikasi halal bagi pelaku usaha mikro dan kecil (UMK).
6. Dalam rangka menjamin pelaksanaan penyelenggaraan JPH, BPJPH melakukan pengawasan terhadap LPH; masa berlaku sertifikat halal, kehalalan produk, pencantuman label halal, pencantuman keterangan tidak halal, pemisahan lokasi, tempat dan alat, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, serta penyajian antara produk halal dan tidak halal, keberadaan penyelia halal, dan/atau kegiatan lain yang berkaitan dengan JPH.
7. Untuk menjamin penegakan hukum terhadap pelanggaran Undang-Undang ini, ditetapkan sanksi administrasi dan sanksi pidana.

1. Pengertian Sertifikasi Halal

Kemajuan teknologi yang semakin canggih telah menciptakan aneka olahan yang kehalalannya diragukan.

Dampak kehalalan dan keharaman sebuah produk sering kali tidak jelas karena bercampur aduk dengan bahan yang diragukan kehalalannya. Maka diperlukan regulasi yang jelas guna melindungi konsumen muslim atas kehalalan suatu produk baik makanan, minuman, kosmetika, maupun obat-obatan. Salah satu kebijakan pemerintah adalah menerapkan sertifikasi halal sesuai Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.

Sertifikasi halal didefinisikan sebagai suatu kegiatan pengujian secara sistematis untuk mengetahui hukum barang yang diproduksi suatu perusahaan telah memenuhi ketentuan halal atau tidak.²⁵ Untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk maka diperlukan sertifikat halal dari Pemerintah yang berwenang. Sertifikat halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI.²⁶ Pengertian label halal adalah tanda kehalalan suatu produk.²⁷ Tentang jaminan produk halal dapat diartikan sebagai adanya jaminan hukum terhadap produk halal yang dikonsumsi dan/atau digunakan oleh konsumen beragama Islam dalam rangka memenuhi syariat sehingga terjamin kepastian hukumnya.²⁸ Dalam pasal 34 ayat (1) Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 menyatakan bahwa : menetapkan halal pada produk yang dimohonkan pelaku usaha, BPJPH menerbitkan sertifikat halal. Sedangkan pasal 42 ayat (1) ketentuan masa berlaku sertifikat halal selama 4 (empat) tahun sejak diterbitkan oleh BPJPH.²⁹

Betapa urgen dan pentingnya masalah sertifikasi halal, Pemerintah bertanggungjawab, yang menjadi pelaksana tanggungjawab tersebut ialah Kementerian Agama Republik

²⁵ Farid Wajdi, *opcit*, h. VI

²⁶ Abdurrahman Konoras, *loc. cit.*,

²⁷ *Ibid*, h. 65

²⁸ *Ibid*

²⁹ Farid Wajdi, *opcit*, h. 112-114

Indonesia dalam penyelenggaraan jaminan produk halal, dibentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang berkedudukan di bawah dan bertanggungjawab kepada menteri, dan BPJPH diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Sertifikasi halal akan membawa keuntungan baik bagi konsumen maupun produsen. Bagi konsumen adanya sertifikasi halal memberikan jaminan dalam empat hal :

- a. Jaminan kesesuaian konsumsi dengan syariah
- b. Jaminan produk berkualitas
- c. Jaminan keamanan produk terutama dari segi kesehatan
- d. Dan jaminan perlakuan yang baik terhadap hewan sembelihan serta perdagangan yang adil

Sedangkan keuntungan bagi produsen dengan adanya sertifikasi halal adalah meningkatkan kepercayaan pasar terhadap produknya sehingga dapat diterima konsumen dan menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Adanya jaminan bahwa produk bersertifikat halal, aman dari segi kesehatan membuat produk akan diminati juga oleh konsumen non muslim.³⁰

Pelaku usaha/produsen yang mengajukan permohonan sertifikat halal wajib:³¹

- a. Memberikan informasi secara benar, jelas dan jujur.
- b. Memisahkan lokasi, tempat dan alat penyembelihan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian antara produk halal dan tidak halal.
- c. Memiliki penyelia halal.
- d. Melaporkan perubahan komposisi bahan kepada BPJPH.

³⁰ Endang Tjiroresmi, Diah Setiari Suhodo, *Peluang Usaha Produk Halal di Pasar Global*, (Jakarta : Lipi Press, 2014), h. 96

³¹ Farid Wajdi, opcit, h. 108

Jika pelaku usaha melakukan permohonan sertifikat halal, diajukan oleh pelaku usaha secara tertulis kepada BPJPH dengan melengkapi dokumen berupa :

- a. Data pelaku usaha.
- b. Nama dan jenis produk.
- c. Daftar produk dan bahan yang digunakan.
- d. Proses pengolahan produk.

Pelaku usaha yang telah memperoleh sertifikat halal masih memiliki kewajiban sebagai berikut :³²

- a. Mencantumkan label halal terhadap produk yang telah mendapat sertifikat halal.
- b. Menjaga kehalalan produk yang telah memperoleh sertifikat halal.
- c. Memisahkan lokasi, tempat dan penyembelihan, alat pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian antara produk halal dan tidak halal.
- d. Memperbaharui sertifikat halal jika masa berlaku sertifikat halal berakhir.
- e. Melaporkan perubahan komposisi bahan kepada BPJPH.

Jika pelaku usaha tidak melakukan kewajiban, dikenai sanksi administrasi berupa :

- a. Peringatan tertulis.
- b. Denda administrasi.
- c. Pencabutan sertifikat halal.

Sementara bila pelaku usaha dalam memproduksi produk dari bahan yang berasal dari bahan yang diharamkan dikenai sanksi administrasi berupa :

³² Ibid

- a. Teguran lisan.
- b. Peringatan tertulis.
- c. Denda administrasi.

Dari segi pembiayaan sertifikasi halal dibebankan kepada pelaku usaha yang mengajukan permohonan sertifikat halal. Tetapi dalam hal usaha mikro dan kecil, biaya sertifikasi halal dapat difasilitasi oleh pihak lain.³³

- a. Usaha kecil bebas biaya

Pasal 44 ayat (1) Undang-Undang RI No. 33 Tahun 2014 bahwa biaya sertifikasi halal dibebankan kepada pelaku usaha yang mengajukan permohonan sertifikat halal. Sementara dalam ayat (2) disebutkan dalam hal pelaku usaha merupakan usaha mikro dan kecil, biaya sertifikasi halal dapat difasilitasi oleh pihak lain. Dari penjelasan pasal 44 ayat (1) dan (2) ini ada harapan besar bagi pelaku usaha UMK yang kemungkinan pemerintah dengan segala daya dan upayanya dapat membebaskan serta menggratiskan biaya sertifikasi halal bagi pelaku usaha kecil dan menengah.

Pada tahun 2021 sampai dengan dekadean ini, pemerintah menerapkan program Sertifikasi Halal Gratis (sehati) atau disebut *self declare*, khusus bagi pelaku usaha mikro dan kecil sebagai upaya percepatan sertifikasi halal. Program ini berlangsung sampai tahun 2024. Biaya sertifikasi halal dibebaskan oleh pemerintah atau nol persen. Lembaga BPJPH membebaskan biaya sertifikasi untuk usaha mikro dan kecil.

Tak hanya itu, pelaku usaha pemohon sertifikat juga diwajibkan memiliki penyelia halal, penyelia tersebut akan mengawasi proses produk halal dan

³³ Undang-undang Jaminan Produk Halal UU RI No. 33 Tahun 2014, opcit, h.

mendampingi auditor saat pemeriksaan. Keberadaan penyelia harus dilaporkan kepada BPJPH. Implikasi UU JPH adalah agar tidak ada lagi pihak-pihak yang tidak peduli akan kehalalan produknya dan berusaha berlindung dibalik pro-kontra sertifikasi halal. Esensi utama UU JPH ialah memberi keamanan dan kenyamanan. Jadi, berbagai kekhawatiran yang ada selama ini terkait produk tanpa sertifikasi halal dan pro-kontranya dapat selesai dengan diberikannya keamanan dalam implementasi.³⁴ Sertifikasi halal berlaku selama empat tahun (ketentuan sebelumnya 2 tahun) sejak diterbitkan oleh BPJPH. Sertifikat wajib diperpanjang oleh pelaku usaha mikro dan kecil dengan mengajukan pembaruan paling lambat tiga (3) bulan sebelum berakhirnya masa berlaku.

Untuk pelaku usaha mikro dan kecil dalam mengajukan permohonan sertifikat halal gratis, harus memenuhi persyaratan umum dan khusus. Persyaratan umum antara lain :

1. Belum pernah mendapatkan fasilitasi sertifikat halal dan tidak sedang/akan menerima fasilitasi sertifikat halal dari pihak lain.
2. Memiliki aspek legal yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB).
3. Memiliki modal usaha/aset dibawah Rp. 2.000.000.000.00,- (Dua Milyar Rupiah) yang dibuktikan dengan data yang tercantum dalam NIB.³⁵
4. Melakukan usaha dan memproduksi secara kontinu minimal 3 (tiga) tahun.

³⁴ Farid Wajdi, *opcit*, h. 3

³⁵ <https://kemenag.go.id> 11 Juni 2022

5. Mendaftarkan satu jenis produk dengan produk berupa barang.
6. Bukan penjual/reseller.³⁶

Sementara persyaratan khusus yaitu :

1. Memiliki surat izin edar atau surat izin lainnya atas produk dari dinas/instansi terkait.
2. Bersedia memberikan foto/video terbaru saat proses produksi.
3. Bersedia membiayai pengujian kehalalan produk di laboratorium secara mandiri (jika diperlukan untuk mendukung proses pemeriksaan oleh LPH).

Dokumen persyaratan proses seleksi UMK-Sehati sebagai berikut :

1. Nama propinsi
2. Instansi/lembaga pembina
3. Data pelaku usaha (akan terhubung dengan data OSS);
 - a. NIB dan NIK
 - b. Nama
 - c. Nama usaha dan alamat usaha
4. Lama usaha
5. Jumlah outlet
6. Jumlah pabrik
7. Data penanggungjawab :
 - a. Nama
 - b. Nomor kontak

³⁶ Peraturan Menteri Agama RI Nomor 20 Tahun 2021 tentang Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil, 14 September 2021, h. 13-14
<https://sehati.halal.go.id>

c. Alamat E-mail

8. Merk
9. Nama produk
10. Surat izin edar/surat izin terkait produk
11. Pembiayaan sertifikasi halal
12. Uji lab
13. Foto/video

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal mencanangkan program fasilitasi sertifikasi halal gratis bagi pelaku usaha mikro dan kecil (program sehat) pada tahun 2021 dengan target sebanyak 3.200 pelaku usaha/sertifikasi halal diseluruh Indonesia yang dibiayai dari DIPA BPJPH. Permohonan sertifikasi dengan target 3.200 tersebut menggunakan mekanisme pelibatan 3 (tiga) LPH yaitu LPPOM MUI, Sucofindo dan Surveyor Indonesia.

Tujuan pemberian fasilitasi sertifikasi halal gratis antara lain :

1. Untuk memberikan dukungan dan penguatan bagi produk halal hasil pelaku usaha mikro dan kecil.
2. Untuk meningkatkan jumlah pelaku mikro dan kecil yang memenuhi ketentuan halal.
3. Untuk meningkatkan nilai tambah dan kompetisi perdagangan lokal dan internasional.

Tata cara permohonan sertifikasi halal gratis pelaku usaha yaitu :

1. Calon penerima mengakses sihalal melalui ptsp.halal.go.id
2. Mengisi data di sihalal sesuai persyaratan
3. Memilih jenis pendaftaran melalui fasilitasi

4. Mengisi kode fasilitas = Sehati21
5. Memilih LPH
6. BPJPH melakukan verifikasi kelengkapan dokumen sesuai yang dipersyaratkan

Dokumen persyaratan antara lain :

1. Surat permohonan
2. Aspek legal berizin NIB
3. Dokumen penyelia halal;
 - a. KTP
 - b. Keputusan penetapan penyelia halal
 - c. Daftar riwayat hidup
 - d. Sertifikat pelatihan (jika ada)
4. Daftar nama produk dan bahan
5. Proses pengolahan produk
6. Dokumen sistem jaminan produk halal
7. Dokumen izin edar (MD/P-IRT/NIB)
8. Surat pernyataan
9. Foto proses produksi

Tahap penerbitan sertifikat halal melalui empat (4) hal, yaitu :

1. BPJPH menerbitkan sertifikat halal berdasarkan penetapan kehalalan produk dari MUI
2. Masa berlaku sertifikat halal selama 4 tahun
3. Sertifikasi halal berbentuk digital dan ditanda tangani secara elektronik
4. Pelaku usaha mendapatkan sertifikat halal dengan cara mengunduh melalui aplikasi sihalal

Berdasarkan amanat Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021, bagi UMK yang telah memenuhi standar yang ditetapkan oleh BPJPH, dapat melakukan sertifikasi halal melalui pernyataan pelaku usaha atau yang dikenal dengan istilah *self declare*. Fasilitasi sertifikasi halal merupakan program yang sangat menantang dan amat dinantikan pelaku UMK.

Sebagian besar produk-produk olahan UMKM belum banyak yang memiliki sertifikat halal, atau melaksanakan sertifikasi halal. Berbagai macam faktor yang menjadi kendala UMKM dalam pelaksanaan sertifikasi halal, antara lain :³⁷

1. Pelaku usaha belum memahami pentingnya sertifikasi halal dan dampaknya bagi UMKM
2. Pelaku usaha maupun UMKM belum memahami tata cara dan prosedur pengajuan sertifikasi halal karena dirasa sulit bagi pelaku usaha tersebut.
3. Biaya pelaksanaan sertifikasi halal dirasa cukup besar sehingga memberatkan bagi para pelaku UMKM.

Selayaknya, program sertifikasi halal menjadi salah satu kemudahan bagi para pelaku UMKM khususnya dalam mengembangkan produk agar memenuhi syarat-syarat kehalalan dan telah bersertifikasi. Upaya ini dilakukan sebagai dorongan bagi para pelaku UMKM atau produk olahannya agar dapat dipasarkan secara luas disetiap lini masyarakat. Selain itu, sertifikasi halal mampu meningkatkan nilai produk olahan UMKM menjadi *premium quality* serta mampu bersaing dengan produk olahan makanan yang berasal dari pabrik.³⁸

³⁷ Siti Khayisatuzahro, Nur Istikomah, “Program Sehati Kemudahan Pelaksanaan Sertifikasi Halal Bagi UMKM”, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah*, Vol. 3 No. 2 Oktober 2021 h. 73

³⁸ Ibid

2. Ruang Lingkup Sertifikasi Halal

Dari sudut pandang bisnis, sertifikasi halal merupakan sebuah kelebihan, efek positif yang didapatkan bila memiliki sertifikat halal. Sertifikat halal merupakan salah satu persyaratan yang cukup penting bagi sebuah produk selain surat izin edar. Semakin meningkatnya tren produk halal membuat hampir semua pelaku usaha atau produsen berlomba-lomba memiliki sertifikat halal. Tidak hanya produk makanan dan minuman saja, namun produk *skincare* atau bahkan produk lemari es pun dapat memiliki sertifikat halal. Sertifikat halal bukan saja penting bagi konsumen muslim, tetapi juga penting bagi produsen produk karena memiliki manfaat yang sangat menguntungkan bagi produsen/pelaku usaha maupun konsumen. Manfaat sertifikat halal bagi produsen dan konsumen sebagai berikut :

- a. Memberikan ketenangan saat menggunakan produk.
- b. *Unique Selling Point* (USP) merupakan konsep marketing yang dapat membedakan produk dengan para kompetitornya bila memiliki sertifikat halal, maka produk akan memiliki *Unique Selling Point* daripada pesaingnya.
- c. Mendapatkan kesempatan untuk terjun dipasar halal global.
- d. Meningkatkan kemampuan produk untuk dipasarkan di negara muslim.
- e. Mendongkrak tingkat kepercayaan konsumen.

LPPOM MUI selama tiga puluh (30) tahun selain telah menjamin kehalalan produk, juga berperan sebagai penopang dan penyebar informasi produk halal di Indonesia, dan pasca diresmikannya Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang diamanatkan di dalam Undang-Undang (UU) Nomor 33 Tahun 2014.

Berdasarkan *halal insurance sistem* (sistem jaminan halal), setiap perusahaan yang mengajukan sertifikasi halal

dapat diajukan pada LPPOM MUI Pusat dan LPPOM MUI Propinsi. Lingkup perusahaan yang dapat disertifikasi halal yaitu :

- a. Perusahaan yang kantor pusatnya terdapat di propinsi tertentu dan memiliki cabang di propinsi yang lain, atau yang merupakan cabang dari perusahaan lain diluar negeri.
- b. Perusahaan yang produknya dipasarkan secara meluas ke beberapa propinsi atau keperluan ekspor.
- c. Restoran yang menganut sistem waralaba (*franchise*).
- d. Perusahaan yang berlokasi di luar negeri.

Sedangkan lingkup perusahaan yang dapat disertifikasi oleh LPPOM MUI propinsi adalah sebagai berikut :

- a. Perusahaan Rumah Potong Hewan (RPH) di satu propinsi.
- b. Perusahaan yang lokasi kantor/tempat produksi dan lingkup pemasarannya hanya ada di satu Propinsi, tidak memiliki cabang di propinsi lain dan bukan merupakan cabang perusahaan propinsi lain.
- c. Perusahaan dengan lokasi kantor/tempat produksi di satu propinsi dan lingkup pemasarannya ke beberapa propinsi dengan kategori produk *no risk* dan *low risk*.
- d. Restoran yang hanya ada di satu propinsi dan tidak menggunakan sistem waralaba (*franchise*).
- e. Perusahaan dengan lokasi tempat produksi/outlet dibanyak propinsi dengan manajemen terpisah dan *brand* (merk) yang sama dengan syarat harus disertifikasi oleh LPPOM MUI masing-masing propinsi.

Eksistensi MUI khususnya LPPOM MUI pasca berlakunya ketentuan tentang jaminan produk halal Undang-Undang RI No. 33 Tahun 2014, karena itu, MUI saat ini

hanya sebagai mitra kerja BPJPH yang bertugas dalam rangka dan bentuk :

- a. Sertifikat auditor halal
- b. Penetapan kehalalan produk
- c. Akreditasi lembaga pemeriksa halal³⁹

Beberapa peraturan lingkup diatas, menunjukkan bahwa pelaku usaha seharusnya mengetahui dimana pelaku usaha atau produsen dapat mendaftarkan produknya, sehingga dapat terlaksana dengan baik dan benar.

3. Proses Pelaksanaan Sertifikasi Halal

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama kini diberi mandat sebagai lembaga penyelenggara jaminan produk halal. Perubahan otoritas sertifikasi halal dari MUI ke BPJPH terjadi sejak adanya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Otoritas sertifikasi halal juga mengalami perubahan dari sebelumnya di Majelis Ulama Indonesia (MUI) kini berada di Kemenag RI. BPJPH mendapat mandat menjadi penyelenggara jaminan produk halal melalui Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021. Maka alur proses pelaksanaan sertifikasi halal dari MUI ke BPJPH juga mengalami perubahan. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) bertugas melaksanakan penyelenggaraan jaminan produk halal sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Adapun proses sertifikasi halal berlangsung selama 21 hari. Berikut proses sertifikasi halal :

- a. Dilakukan oleh pelaku usaha dengan melakukan permohonan sertifikasi halal. Dokumen pelengkap yang dimaksud berupa; data pelaku usaha, nama dan jenis produk, daftar produk dan bahan yang digunakan,

³⁹ Abdurrahman Konoras, opcit, h. 79

pengolahan produk, dokumen sistem jaminan produk halal.

- b. Setelah itu proses dilanjutkan oleh BPJPH selama 2 hari kerja

Hal yang dilakukan diantaranya memeriksa kelengkapan dokumen dan menetapkan lembaga pemeriksa halal.

- c. LPH selama 15 hari kerja

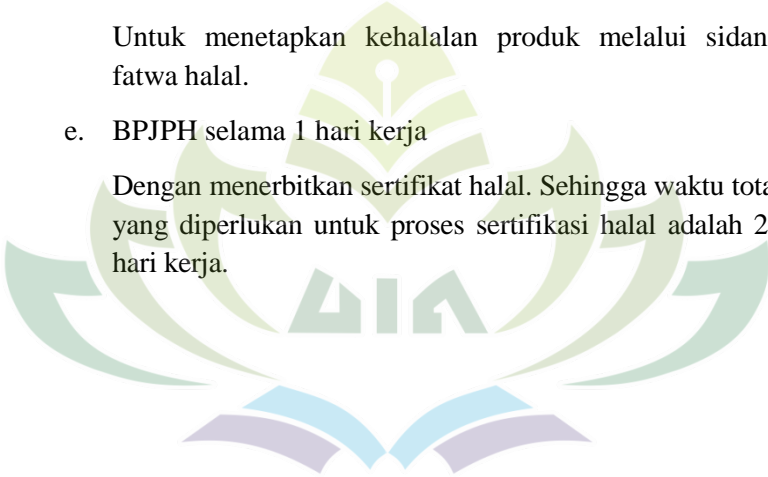
Untuk menetapkan kehalalan produk melalui sidang fatwa halal.

- d. MUI selama 3 hari kerja

Untuk menetapkan kehalalan produk melalui sidang fatwa halal.

- e. BPJPH selama 1 hari kerja

Dengan menerbitkan sertifikat halal. Sehingga waktu total yang diperlukan untuk proses sertifikasi halal adalah 21 hari kerja.

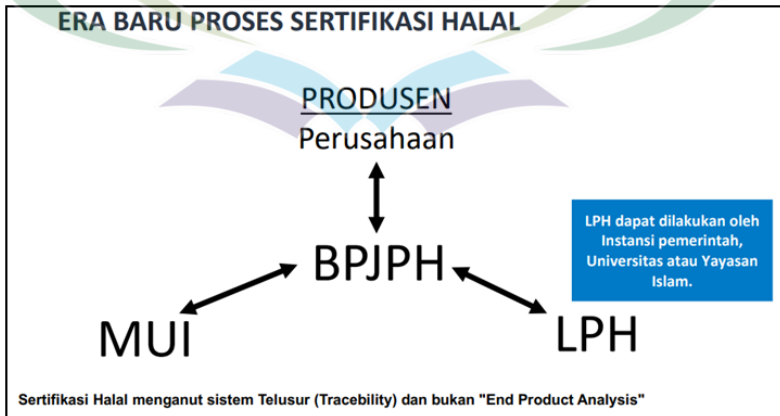


Gambar 1.1 Alur Proses Sertifikasi Halal



Sumber : Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal
Kementerian Agama RI 2021

Gambar 1.2 Era Baru Proses Sertifikasi Halal



Sumber : Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal
Kementerian Agama RI 2021

a. Tata Cara Memperoleh Sertifikat Halal

Untuk memperoleh sertifikat halal, pelaku usaha harus menjalani beberapa tahapan-tahapan yang wajib dilaluinya yaitu :

1. Tahap permohonan pelaku usaha

Pelaku usaha mengajukan permohonan sertifikasi halal kepada BPJPH

2. Tahap pemeriksaan oleh BPJPH

BPJPH melakukan pemeriksaan dokumen permohonan (maksimal 10 hari) kerja, dan pemohon melengkapi kekurangan dokumen (maksimal 5 hari kerja)

3. Tahap penetapan oleh BPJPH

BPJPH menetapkan LPH berdasarkan pilihan pemohon (maksimal 5 hari kerja)

4. Tahap pengujian oleh Lembaga Produk Halal (LPH)

LPH melakukan pemeriksaan dan/atau pengujian produk (40/60 hari kerja)

5. Tahap pengecekan oleh BPJPH

Dimana BPJPH menerima dan memverifikasi dokumen hasil pemeriksaan dan/atau pengujian LPH (5 hari kerja)

6. Tahapan fatwa oleh MUI

MUI menyelenggarakan sidang fatwa halal dan menerbitkan keputusan penetapan kehalalan produk

7. Tahap penerbitan oleh BPJPH

BPJPH menerbitkan sertifikat berdasarkan keputusan penetapan kehalalan produk yang ditetapkan MUI

Menurut Teti Indrawati,⁴⁰ menyatakan bahwa pemberian sertifikat halal dalam produk pangan, obat-obatan dan kosmetika sangat penting dan dibutuhkan oleh konsumen maupun para pelaku usaha untuk memastikan produk yang digunakan halal sesuai dengan hukum islam, terkait dengan ketidakpastian kehalalan produk yang terjadi di sejumlah wilayah Indonesia justru menimbulkan kerugian besar bagi konsumen dan pelaku usaha. Bagi konsumen muslim dalam mengonsumsi sebuah produk bagaimanapun harus yang halal, baik dan aman.⁴¹ Karena itu disinilah arti pentingnya sertifikat halal guna menjamin produsen (pelaku usaha) melindungi kepentingan konsumen sesuai ketentuan ajaran agama islam tanpa mengabaikan aturan perlindungan negara yang berlaku.

Tata cara memperoleh sertifikat halal terlihat pada gambar berikut :

Gambar 1.3 Tata Cara Memperoleh Sertifikat Halal



Sumber : Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal
Kementerian Agama RI 2021

⁴⁰ Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2018), h. 144

⁴¹ Rosmawati, *Pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Depok : Prenadamedia Group, 2018), h. 5

b. Penerbitan Sertifikat Halal

Majelis Ulama Indonesia (MUI) tetap memiliki wewenang dalam menetapkan kehalalan produk melalui sidang fatwa halal meskipun kewenangan penerbitan sertifikat halal sudah beralih pada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama (BPJPH Kemenag) dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014. Dengan demikian, BPJPH tidak dapat menerbitkan sertifikat halal sebelum ada penetapan kehalalan produk dari MUI. MUI tetap berwenang mengeluarkan fatwa halal, sementara BPJPH hanya mengeluarkan sertifikatnya yang bersifat administratif. BPJPH tidak dapat menerbitkan sertifikat halal kecuali atas dasar fatwa MUI.

Kewenangan BPJPH mengenai jaminan produk halal tertuang dalam UU Nomor 33 Tahun 2014, antara lain :⁴²

1. Merumuskan dan menetapkan kebijakan jaminan produk halal
2. Menetapkan norma, standar, prosedur dan kriteria jaminan produk halal
3. Menerbitkan dan mencabut sertifikat halal pada produk luar negeri
4. Melakukan registrasi sertifikat halal pada produk luar negeri

Sedangkan kewenangan MUI antara lain; menetapkan kehalalan produk diatur pada pasal 76 Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan UU Jaminan Produk Halal. Dalam pasal itu disebutkan bahwa penetapan kehalalan produk

⁴² Undang-undang Jaminan Produk Halal UU RI No. 33 Tahun 2014, opcit, h.

dilaksanakan oleh MUI melalui sidang fatwa halal.⁴³ Sidang ini dapat dilakukan oleh MUI Pusat, MUI Propinsi, MUI Kabupaten/Kota, atau Majelis Permusyawaratan Ulama Aceh.

Pasal 77 dan 78 diterangkan bahwa MUI menyampaikan penetapan kehalalan produk kepada BPJPH paling lama tiga (3) hari sejak hasil pemeriksaan kelengkapan dokumen diterima oleh MUI. Selanjutnya, BPJPH menerbitkan sertifikat halal yang berlaku selama empat (4) tahun. Penerbitan sertifikat halal oleh BPJPH dilakukan dalam jangka waktu paling lama satu (1) hari sejak keputusan penetapan kehalalan produk dari MUI diterima oleh BPJPH.

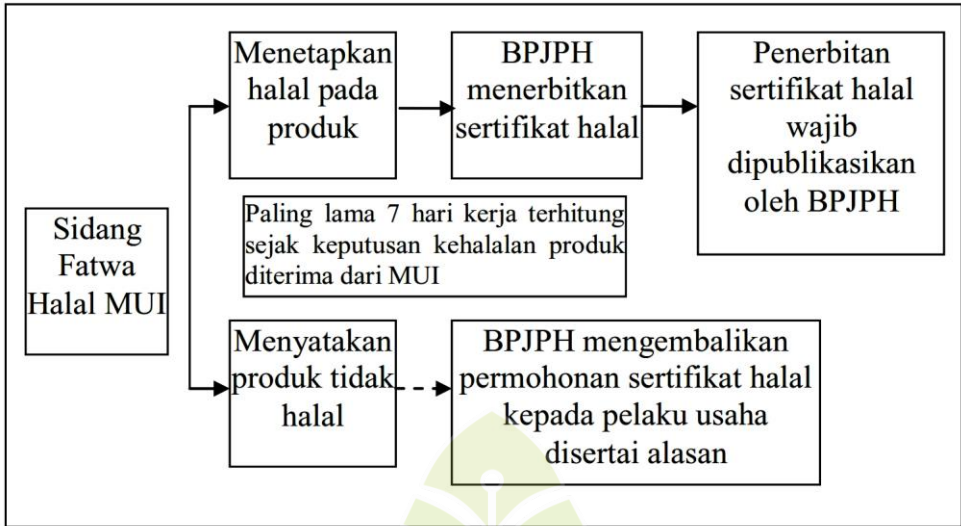
Penerbitan sertifikat halal, tercantum dalam UU Nomor 33 Tahun 2014 Pasal 34, 35 dan Pasal 36 sebagai berikut :⁴⁴

1. Dalam sidang fatwa halal, menetapkan halal pada produk yang dimohonkan pelaku usaha, BPJPH menerbitkan sertifikat halal
2. Dalam sidang fatwa halal menyatakan produk tidak halal, BPJPH mengembalikan permohonan sertifikat halal kepada pelaku usaha disertai dengan alasan
3. Sertifikat halal diterbitkan oleh BPJPH paling lambat 7 (tujuh) hari kerja terhitung sejak keputusan kehalalan produk diterima dari MUI
4. Penerbitan sertifikat halal wajib dipublikasikan oleh BPJPH

⁴³ Ibid, h. 15

⁴⁴ Ibid, h. 16

Gambar 1.4 Penerbitan Sertifikat Halal



Sumber : badan penyelenggara Jaminan produk Halal
Kementerian Agama 2021

4. Konsep Halal

Para ulama fiqih memiliki argumen yang cukup beragam seputar kehalalan suatu barang, termasuk didalamnya persoalan ada yang baik (*thayyiban*) dan tidak baik untuk dikonsumsi. Al-qur'an memerintahkan manusia untuk konsumsi barang yang *halalan thayyiban* (halal dan baik). Setiap produk makanan, minuman harus memiliki pemahaman dan kesadaran untuk memastikan kehalalan produknya. Dengan menerapkan sistem jaminan halal sebagai implementasi konsep syariah, halal dan haram pada makanan dan minuman.

Hal ini terkait dengan Pasal 64 Undang-Undang Perlindungan Konsumen berbunyi : “Segala ketentuan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat Undang-Undang ini diundangkan

dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan tidak bertentangan dengan ketentuan dalam UU ini.”⁴⁵

Dalam Islam, hukum Perlindungan Konsumen mengacu kepada konsep halal dan haram. Serta keadilan ekonomi, berdasarkan nilai-nilai atau prinsip-prinsip ekonomi islam. Aktivitas ekonomi islam dalam perlindungan konsumen meliputi perlindungan terhadap zat, proses produksi, distribusi, tujuan produksi, hingga pada akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa tersebut. Maka dalam ekonomi islam, barang atau jasa yang halal dari segi zatnya dapat menjadi haram, ketika cara memproduksi dan tujuan mengonsumsinya melanggar ketentuan-ketentuan syariat.⁴⁶

Menurut Imam Al-Ghazali berpendapat bahwa perlu mengadakan bimbingan dan kajian untuk menemukan perbedaan konsep halal, mu'bah, syubhat, makruh, haram berdasarkan pembuktian dan penjelasan. Bimbingan dan kajian diperlukan karena kesulitan untuk memperoleh makanan atau produk tidak boleh untuk menjadi alasan untuk tidak mencapai kebenaran (mengonsumsi produk halal).⁴⁷

Seorang muslim tidak dibenarkan memakan suatu hidangan yang belum tahu benar status halalnya. Memakan yang haram atau belum tahu status halalnya, akan memberikan pengaruh buruk, baik di dunia maupun di akhirat.⁴⁸ Hal ini sesuai dengan pendapat Abi Dzar Al-Qilmani mengatakan bahwa makanan halal berfungsi sebagai pendorong perbuatan baik.⁴⁹

Istilah halal dalam al-qur'an berarti yang dibolehkan.⁵⁰ Kata halal berasal dari bahasa arab, yang

⁴⁵ Rosmawati, opcit, h. 8

⁴⁶ Ibid, h. 9

⁴⁷ Farid Wajdi, opcit, h. 17

⁴⁸ Ibid

⁴⁹ Ibid

⁵⁰ John L. Esposito, *Ensiklopedia Oxford, Dunia Islam Modern*, (Bandung : Mizan, 2002), h. 143

berarti melepaskan dan tidak terikat. Sedangkan secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas, atau tidak terkait dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya.⁵¹

Kebalikan dari halal adalah haram, yaitu sesuatu yang jika dilakukan menimbulkan dosa. Meninggalkan yang haram adalah mutlak kewajibannya dan sebaliknya melaksanakan yang halal adalah mutlak kewajibannya. Haram dalam hal ini dapat terkait dengan zat atau prosesnya. Dalam hal zat, islam melarang mengonsumsi, memproduksi, mendistribusikan dan seluruh mata rantainya terhadap beberapa komoditas dan aktivitas, seperti alkohol (*khamar*) dan sejenisnya yang mengurangi atau menghilangkan akal sehat.

Dalam Ensiklopedia Hukum Islam, halal adalah segala sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum jika menggunakannya, atau sesuatu yang boleh dikerjakan menurut syara'.⁵² Fuqoha, memberikan empat tingkatan bagi konsumen yaitu :⁵³

- a. Wajib, mengonsumsi sesuatu untuk menghindari dari kebiasaan, dan jika tidak mengonsumsi kadar ini padahal mampu akan berdosa
- b. Sunah, mengonsumsi lebih dari kadar yang menghindarkan dari kebinasaan, dan menjadikan muslim mampu shalat berdiri dan mudah berpuasa
- c. Mu'bah, sesuatu yang lebih dari sunah sampai batas kenyang
- d. Konsumsi yang melebihi batas kenyang

⁵¹ Aulia Muthiah, *opcit*, h. 141

⁵² Abdul Azis Dahlan, *Ensiklopedia Hukum Islam Cet. I* (Jakarta : Ikhtiar Baru Van Hoeve, 1996), h. 505-506

⁵³ Rosmawati, *loc cit.*

Dengan memahami konsep halal, haram, sunah dan mu'bah diatas, diharapkan umat islam atau konsumen muslim dapat lebih berhati-hati dalam mencari atau membeli produk apabila belum diketahui kejelasan dan kehalalannya. Dalam Islam, memilih mengonsumsi yang halal secara sadar berarti melaksanakan tuntunan yang diwajibkan agama dan diperintahkan oleh Allah SWT. Selain itu, mengonsumsi makanan tidak hanya mengedepankan konsep halal, namun juga *thayyiban*. Dasar hukum islam dalam konsep halal adalah sebagai berikut :

- a. Firman Allah SWT Surat Al-Maidah ayat 88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ

بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴿٨٨﴾

Artinya : *“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah rizkikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”*⁵⁴

- b. Dalam Surat Al-Baqarah ayat 168-169

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ

الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

إِنَّمَا يَأْمُرُكُمْ بِالسُّوءِ وَالْفَحْشَاءِ وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا

تَعْلَمُونَ ﴿١٦٩﴾

Artinya : *“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syetan, karena sesungguhnya syetan itu*

⁵⁴ Kementerian Agama RI, opcit, h. 111

*musuh yang nyata bagimu. Sesungguhnya syetan itu hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui.*⁵⁵

c. Surat Al-A'raf ayat 157

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ
مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ
وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَهُمْ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَهُمْ عَلَيْهِمْ
الْخَبْرَاتِ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ
فَالَّذِينَ ءَامَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي
أُنزِلَ مَعَهُ ۗ أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٥٧﴾

Artinya : (Yaitu) orang-orang yang mengikuti Rasul, Nabi yang ummi (tidak bisa baca tulis) yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada pada mereka, yang menyuruh mereka berbuat yang makruf dan mencegah dari yang mungkar, dan yang menghalalkan segala yang baik bagi mereka dan mengharamkan segala yang buruk bagi mereka, dan membebaskan beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Adapun orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (Al-Qur'an), mereka itulah orang-orang beruntung.⁵⁶

⁵⁵ Ibid, h. 24

⁵⁶ Ibid, h. 154

d. Surat Al-Maidah ayat 87

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا
تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihalalkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”⁵⁷

e. Surat Al-A’raf ayat 31

﴿ يَبْنِي ءَادَمَ خُدُوًا زَيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا
وَأَشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾ ﴿٣١﴾

Artinya : “Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”⁵⁸

f. Surat Al-Baqarah ayat 172-173

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ
وَأَشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١٧٢﴾

⁵⁷ Kementerian Agama RI Tahun 2012 Jilid 3 Zuz 7-9, *Al-qur'an dan Tafsirnya* (Jakarta : Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h. 4

⁵⁸ Ibid, h. 6

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ
لِغَيْرِ اللَّهِ ۗ فَمَنْ أَضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ
غَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah rizki yang baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya. Sesungguhnya dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan daging hawan yang disembelih dengan menyebut nama selain Allah. Tetapi barangsiapa terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkan dan tidak pula melampaui batas, tidak ada dosa baginya. Sungguh Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.”*⁵⁹

g. Hadits Nabi SAW, riwayat At-Tirmizi

Artinya : *“Setiap daging yang tumbuh dari sesuatu yang haram, maka neraka lebih baik baginya.”*⁶⁰

h. Hadits Nabi SAW, Riwayat Abu Ya’la dari Abu Said

Artinya : *“Hendaklah kamu bertakwa kepada Allah, karena takwa itu menghimpun segala kebaikan.”*⁶¹

i. Hadits Nabi SAW, riwayat Ahmad, Muslim dan Ashabus-Sunah

Artinya : *“Dari Ibnu Abbas berkata : Rasulullah SAW melarang memakan setiap binatang yang*

⁵⁹ Kementerian Agama RI, opcit, h. 250

⁶⁰ Kementerian Agama RI Jilid 3 Zuz 7-9, loccit.,

⁶¹ Ibid, h. 318

bertaring dari binatang buas dan setiap yang berkuku tajam dari unggas."⁶²

- j. Hadits Nabi SAW, riwayat Ahmad, Ibnu Majah dari Ibnu Umar

Artinya : *"Dihalalkan bagi kita dua macam bangkai dan darah. Dua bangkai itu adalah bangkai ikan dan belalang, dan dua darah itu adalah hati dan limpa."*⁶³

- k. Hadits Nabi SAW, riwayat Muslim dari Ali Bin Abi Talib
Artinya : *"Allah mengutuk orang-orang yang menyembelih hewan untuk selain Allah."*⁶⁴

Dari ayat di atas, dalam konteks makanan dan minuman, halal senantiasa mengandung arti yang diperbolehkan oleh syariat islam dan baik bagi kesehatan. Halal secara jasmani akan menghasilkan apa yang disebut *halalan thayyiban* (halal dan baik), lebih-lebih tidak merugikan diri sendiri dan tidak merugikan orang lain. Allah menyeru kepada anak cucu Adam dan memperingatkan nikmat yang begitu banyak yang telah dianugerahkan-Nya agar mereka tidak melanggar syariat islam, tetapi hendaklah mereka bertakwa kepada-Nya, dimana saja berada.

Begitu pula dengan Hadits Nabi SAW diatas, Rasulullah SAW telah memberikan suri tauladan tentang kesederhanaan dalam segala segi kehidupan, beliau senantiasa bersifat sederhana. Padahal jika beliau mau niscaya beliau dapat saja menikmati segala macam kenikmatan itu sepuas hati, akan tetapi beliau tidak berbuat demikian karena sebagai seorang pemimpin, beliau

⁶² Kementerian Agama RI Jilid 2 Zuz 4-6, *Al-qur'an dan Tafsirnya*, (Jakarta : Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h. 358

⁶³ Kementerian Agama RI Jilid 2 Zuz 13-15, *Al-qur'an dan Tafsirnya*, (Jakarta : Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h. 405

⁶⁴ Ibid

memimpin dan memberi teladan kepada umatnya, pola hidup sederhana, tetapi tidak menyiksa diri.

Prinsip “Halal dan Baik” ini hendaknya senantiasa menjadi perhatian dalam menentukan makanan dan minuman yang akan dimakan untuk diri sendiri, dan untuk keluarga, karena makanan dan minuman itu tidak hanya berpengaruh terhadap jasmani, melainkan juga terhadap rohani. Halal disini mengandung pengertian, halal bendanya dan halal cara memperolehnya. Sedangkan “Baik” adalah dari segi kemanfaatannya, yaitu yang mengandung manfaat dan maslahat bagi tubuh, mengandung gizi, vitamin, protein dan sebagainya. Makanan tidak baik selain tidak mengandung gizi, juga jika dikonsumsi akan merusak kesehatan.

Tidak ada halangan bagi orang-orang mukmin yang mampu, untuk menikmati makanan dan minuman yang enak, akan tetapi harus menaati ketentuan yang telah ditetapkan syara, yaitu baik, halal dan menurut ukuran yang layak dan tidak berlebihan.

Oleh karena itu, orang yang mengonsumsi makanan yang tidak halal, tegasnya mengonsumsi makanan haram, maka amal ibadahnya tidak diterima Allah, doanya tidak pula diperkenankan, hidupnya pun tidak akan pernah tenang. Selalu diliputi oleh keresahan dan kecemasan yang tiada tentu.⁶⁵ Tidak ada toleransi sedikitpun (*zero toleransi*) yang berkenaan dengan semua minuman khamar, makanan babi dan turunannya adalah haram, tidak boleh digunakan dan juga tidak boleh dikonsumsi.

Dari paparan di atas, setidaknya dapat diambil beberapa kriteria yaitu :

⁶⁵ Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI Badan Pembinaan Hukum Nasional (Jakarta, *Tim Pengkajian Hukum tentang Peran Serta Masyarakat dalam Pemberian Informasi Produk Halal* (Jakarta : 2011), h. 110

- a. Baik buruknya makanan, minuman untuk dikonsumsi harus jelas bahwa barang yang *thayyib* itu dinilai halal atau tidaknya diharamkan oleh nash secara tegas.
- b. Penilaian baik dan buruknya barang konsumsi dapat dinilai dari analisis rasio maupun Ilmu Pengetahuan, termasuk para Ahli dalam bidang makanan, obat-obatan, maupun kosmetika perlu diminta pendapatnya seputar kelayakan, manfaat, maupun bahaya dari suatu barang yang dikonsumsi.
- c. Sebagai orang yang beragama islam dan beriman tentunya dalam memahami konsep halal, tidak terlepas dari tuntunan syariah islam dan hadits Nabi SAW sehingga dalam mengonsumsi produk apapun yang sifatnya masuk dalam anggota tubuh kita perlu memperhatikan halal haramnya.

Adapun jenis makanan halal yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut :

- a. Semua makanan yang baik, tidak kotor dan tidak menjijikkan
- b. Binatang yang hidup di dalam air, baik air laut maupun air tawar
- c. Semua makanan yang tidak diharamkan oleh Allah, Rasul-Nya dan para Ulama

Sedangkan minuman halal yang perlu diperhatikan antara lain yaitu :

- a. Semua jenis air atau cairan yang tidak membahayakan bagi kehidupan manusia
- b. Air atau cairan yang tidak memabukkan walaupun sebelumnya pernah memabukkan seperti arak yang berubah menjadi cuka
- c. Air atau cairan itu bukan berupa benda najis atau benda suci yang terkena najis

- d. Air atau cairan yang suci itu didapatkan dengan cara yang halal yang tidak bertentangan dengan ajaran agama islam
- e. Kesadaran halal (halal awareness)

5. Kesadaran Halal (Halal Awareness)

Kesadaran halal merupakan tingkat pemahaman umat islam dalam mengetahui masalah yang terkait dengan konsep halal. Pengetahuan semacam itu meliputi pemahaman produk apa yang boleh dikonsumsi dan bagaimana proses produksinya. Kesadaran halal suatu produk sesuai standar halal islam dapat menjadi syarat mutlak bagi konsumen dan produsen untuk mengkonsumsi dan memproduksi makanan.⁶⁶

Kesadaran merupakan kemampuan untuk memahami, merasakan dan menjadi sadar akan suatu peristiwa dan objek. Kesadaran halal dapat diketahui berdasarkan faham atau tidaknya seorang muslim akan makna halal, mengetahui proses penyembelihan hewan yang benar sesuai syariat serta mengutamakan makanan halal untuk dimakan.⁶⁷

Kesadaran juga dapat diartikan sebagai bentuk pemahaman atau pengetahuan atas situasi tertentu yang dirasakan oleh seseorang.⁶⁸ Salah satu aspek dalam kesadaran halal adalah bagaimana seorang muslim dalam mengonsumsi berbagai produk selalu didasarkan pada keberadaan sertifikat halal yang dimiliki produsen atau pelaku usaha dengan logo halal yang tercantum pada kemasan produk. Bila konsumen muslim lebih banyak mengetahui atau memahami sertifikat halal dan logo halal pada kemasan produk, baik itu makanan,

⁶⁶ Kholis Amalia Novianti, Siti Nur Indah Rofiqoh, “Kesadaran dan Logo Halal Apakah Menentukan Minat Beli, Studi Pada Praktisi Bisnis UMKM di Gresik”, *Journal of Halal Research*, Vol. 2, No. 1, Tahun 2019, H. 17.E-ISSN-2654-9778;P-ISSN:2654-9409

⁶⁷ Ibid

⁶⁸ Haslinda Hasan, “Studi on Awareness and Perception Toward Halal Foods Among Muslim Students in Kota Kinabalu, Sabah.” *Proceedings of the Australia Middle East Convergence on Business and Social Sciences* (Dubai, 2016), h. 3

minuman, obat-obatan, dan kosmetika, maka kesadaran halal sudah benar-benar melekat pada jiwa seseorang.

Menurut Ambali dan Bakar sumber utama kesadaran halal (2013) sebagai berikut :⁶⁹

- a. Peran sertifikat halal
- b. Paparan
- c. Alasan kesehatan

Indikator kesadaran halal (halal awareness) mengacu pada instrumen penelitian yang dilakukan Yunus, et al (2014:151) yaitu :⁷⁰

- a. Sadar akan halal
- b. Sadar halal merupakan kewajiban agama
- c. Kebersihan dan keamanan makanan
- d. Pentingnya pengetahuan mengenai proses pengemasan
- e. Perhatian terhadap pengemasan produk halal internasional

Sertifikat halal dan logo halal menjadi salah satu acuan yang penting untuk menilai kesadaran halal konsumen muslim. Karena pada dasarnya seorang muslim akan lebih tertarik untuk mengkonsumsi makanan yang telah tersertifikasi halal.⁷¹ Dengan adanya sertifikat dan logo halal pada produk memudahkan bagi konsumen muslim untuk mengetahui status kehalalan produk yang akan dikonsumsi.

⁶⁹ Nor Laila, Irvan. Tarmizi, “Pengaruh Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan di Food Court UMJ,” *Jurnal Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 10-11 Desember 2020, h. 3. Journal Homepage <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/knema> ISSN : 2776-1177 (Media Online)

⁷⁰ Ibid, h. 3-4

⁷¹ Premi Wahyu Widyaningrum, “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pembelian Cosmetik melalui Variabel Persepsi sebagai Mediasi (Studi pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo),” *Capital Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 2, No. 2, Maret 2019, h. 80

Kesadaran muslim dengan ditandai adanya pengetahuan mengenai proses penyembelihan, pengemasan makanan, minuman dan kebersihan sesuai syariat islam, diharapkan konsumen muslim akan cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang memberikan jaminan halal. Karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan dalam memperoleh informasi, konsumen seringkali beranggapan bahwa pangan dengan harga tinggi identik dengan mutu yang tinggi pula. Bagi ekonomi lemah, mereka akan memilih harga yang murah yang mampu mereka beli. Golongan ini menitikberatkan pada harga yang terjangkau daripada pertimbangan lainnya.⁷²

6. Bahan Pangan

Menurut M. Koeswardhani dalam bukunya “Dasar - dasar Tekonologi Pangan”. Pengertian bahan pangan adalah bahan yang memungkinkan manusia tumbuh dan mampu memelihara tubuhnya serta berkembang biak. Bahan pangan pada umumnya terdiri atas zat-zat kimia, baik yang berbentuk secara alami maupun secara sintesis, dalam berbagai bentuk kombinasi yang berperan penting bagi kehidupan, seperti halnya air dan oksigen. Bahan pangan terdiri dari empat komponen utama yaitu; karbohidrat, protein, lemak, air dan turunan-turunannya.⁷³

Selain bahan pangan juga tersusun dari komponen anorganik dalam bentuk kandungan mineral, dan komponen organik lainnya dalam jumlah relatif kecil, seperti vitamin, enzim, emulsifier, asam, antioksidan, pigmen dan komponen cita rasa/flavor.

Menurut UU RI No. 18 Tahun 2012 Pasal Satu (1) tentang “Pangan”, bahwa pangan adalah segala sesuatu yang

⁷² Ahmad Miru, Sutarma Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2015), h. 170

⁷³ M. Koeswardhani, “Dasar-dasar Teknologi Pangan,” *Pedia Ilmu*. Diunggah 6 Januari 2020 <https://pediailmu.com>

berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan, dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan dan/atau pembuatan makanan atau minuman.⁷⁴

Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang paling utama dan pemenuhannya merupakan bagian dari hak asasi setiap rakyat Indonesia. Pangan harus senantiasa tersedia secara cukup, aman, bermutu, bergizi, dan beragam dengan harga yang terjangkau oleh daya beli masyarakat, serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan dan budaya masyarakat. Untuk mencapai semua itu, perlu diselenggarakan suatu sistem pangan yang memberikan perlindungan baik bagi pihak yang memproduksi maupun yang mengonsumsi pangan dan memenuhi kriteria pangan halal.

Keputusan Menteri Agama RI Nomor 518 Tahun 2001 Pasal (1) Bab 1, tentang Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal, bahwa pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat islam.⁷⁵

Bahan dan proses produk halal dalam mencapai pangan halal yang dimaksudkan adalah; bahan yang digunakan terdiri dari bahan baku, bahan olahan, bahan tambahan dan bahan penolong, yang berasal dari hewan, tumbuhan, mikroba atau bahan yang dihasilkan melalui proses kimiawi, proses biologi atau proses rekayasa genetik.

⁷⁴ Undang-undang Jaminan Produk Halal UU RI No. 33 Tahun 2014, opcit, h. 41-42

⁷⁵ Ibid, h. 252-255

a. Hewan

Hewan yang digunakan sebagai bahan produk wajib disembelih sesuai dengan syariat dan memenuhi kaidah kesejahteraan hewan serta kesehatan masyarakat veteriner. Hewan yang berasal dari bangkai, darah, babi adalah karena bertentangan dengan syariat islam.

b. Tumbuhan

Bahan yang berasal dari tumbuhan dasarnya halal, kecuali yang memabukkan dan/atau membahayakan kesehatan bagi orang yang mengonsumsinya.

c. Mikroba

Bahan yang berasal dari mikroba atau bahan yang dihasilkan melalui proses kimiawi, proses biologi atau proses rekayasa genetik diharamkan jika proses pertumbuhan dan/atau pembuatannya tercampur, terkandung, dan/atau terkontaminasi dengan bahan yang diharamkan.

Untuk mencapai pangan yang halal, pemerintah menerapkan sertifikasi halal kepada produsen dan pelaku usaha, baik kepada produsen besar, maupun pelaku usaha menengah dan kecil, dengan membentuk lembaga BPJPH sebagai penyelenggara jaminan produk halal serta menunjuk Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai lembaga pelaksana pemeriksaan pangan yang dinyatakan halal, yang dikemas untuk diperdagangkan di Indonesia.

7. Minat Beli

Salah satu bentuk perilaku konsumen adalah minat atau keinginan membeli suatu produk atau layanan jasa. Minat merupakan sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap sesuatu objek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut.

Menurut Sutisna dan Pawitra,⁷⁶ Minat beli adalah merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Pada saat ini lingkungan pasar sangat dipenuhi dengan persaingan, organisasi atau industri memproduksi barang yang sama atau barang yang sejenis. Oleh karena itu, pesaing harus diketahui, diikuti, dilumpuhkan sehingga dapat mempertahankan kesetiaan dan loyalitas pasar.

Menurut Yamit (2013), minat beli konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Menurut Durianto (2013) minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.⁷⁷

Menurut Kolter, Bowen dan Makens (2014) minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan didalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat.⁷⁸

a. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen

Super dan Krites (Lidyawati, 2008), menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli, yaitu⁷⁹

1. Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat diperkirakan

⁷⁶ Julianti Lu Ni, "Pengaruh Suasana Toko Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Padina", *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 4, No. 1, Tahun 2014, h. 4

⁷⁷ Arum Wahyuni Purbohastuti, Asmi Ayuning Hidayah, "Meningkatkan Minat Beli Celebrity Endorser", *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 04, No. 01, Juni 2022, h. 38. P-ISSN 2580-4928

⁷⁸ Ibid

⁷⁹ Ibid

minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.

2. Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
3. Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
4. Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria dalam hal pola belanja.
5. Perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa, orangtua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas, benda dan seseorang.

b. Sumber Informasi

Konsumen sering mencari jumlah informasi yang terbatas. Seseorang dapat memasuki informasi aktif seperti; mencari bahan bacaan, menelepon teman, melakukan kegiatan *online*, mengunjungi toko untuk mempelajari toko tersebut. Sumber informasi utama konsumen adalah sebagai berikut :

1. Pribadi, yaitu berasal dari keluarga, teman, tetangga, rekan
2. Komersial, yaitu berupa iklan, situs web, wiraniaga, penyalur, kemasan, tampilan
3. Publik, yaitu berasal dari media masa, organisasi pemeringkat konsumen
4. Eksperimental, yaitu penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk⁸⁰

⁸⁰ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, (Jakarta : Erlangga, 2008), h. 185

c. Indikator Minat Beli

Menurut Ferdinand, minat beli diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk
2. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain
3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya
4. Minat eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut⁸¹

B. Kepuasan Konsumen

Banyak perusahaan secara sistematis mengukur seberapa baik mereka memperlakukan konsumen mereka, mengenai faktor-faktor yang membentuk kepuasan, dan melakukan perubahan dalam operasi dan pemasaran mereka sebagai akibatnya. Perusahaan berusaha bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan konsumen secara teratur karena salah satu kunci untuk mempertahankan konsumen adalah kepuasan konsumen.

Ketika pelanggan atau konsumen menilai kepuasan mereka berdasarkan elemen kinerja perusahaan. Perusahaan harus menyadari bahwa pelanggan atau konsumen mempunyai cara

⁸¹ Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Studi Pada Warung Makan Bebek Gendut Semarang", *Diponegoro Jurnal of Management*, Vol. 2, No. 3, Tahun 2013, ISSN : 2337-3992, h. 2

yang bervariasi dalam mendefinisikan kinerja yang baik. Misalnya pengiriman, pengiriman yang baik berarti pengiriman dini, pengiriman tepat waktu, kelengkapan pesanan, dan seterusnya. Perusahaan juga harus menyadari bahwa pelanggan atau konsumen dapat melaporkan bahwa mereka sangat puas tetapi dengan alasan yang berbeda.

Bloemer & Kasper (1995) dan Oliver (1999) mengingatkan bahwa kepuasan dan loyalitas bukanlah pengganti (*surrogates*) satu sama lain. Mungkin saja seorang pelanggan loyal tanpa harus sangat puas (misalnya, bila hanya ada sedikit pilihan merek) dan dapat pula pelanggan sangat puas tapi tidak loyal (misalnya, jika tersedia banyak alternatif merek).⁸² Organisasi bisnis dan non bisnis pun berlomba-lomba mencanangkannya sebagai salah satu strateginya, misalnya melalui slogan-slogan seperti “Pelanggan adalah raja”, “Kepuasan anda adalah tujuan kami”, “*We care for customers*”, dan sejenisnya. Slogan-slogan seperti contoh itu pada umumnya bertujuan untuk memuaskan konsumen.

Setiap perusahaan harus benar-benar memahami sejumlah faktor potensial yang dapat menyebarkan buruknya kualitas pelayanan pada pelanggan atau konsumen dalam menciptakan tujuan kepuasan itu sendiri. Upaya mewujudkan kepuasan konsumen bukanlah pekerjaan mudah. Setidaknya ada enam tantangan strategik yang perlu diatasi agar kepuasan konsumen sungguh-sungguh dapat diwujudkan secara efektif yaitu :

1. Ekspektasi konsumen bersifat dinamis dan dibentuk oleh banyak faktor, antara pengalaman berbelanja dimasa lalu, opini teman dan kerabat, serta informasi dan promosi perusahaan maupun para pesaing.
2. Tidak semua konsumen sama nilainya, karena itu dibutuhkan segmentasi strategik yang memfasilitasi pemilihan segmen khusus untuk keperluan *Relationship Marketing* (RM) jangka panjang.

⁸² Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, *Service Quality dan Satisfaction Edisi 4* (Yogyakarta : Andi, 2016), h. 202

3. Strategi membeli loyalitas konsumen kadangkala justru berpotensi merugikan perusahaan, apalagi bila yang disasar adalah *switchable customers*. Kelompok ini suka beralih pemasok demi mencari tawaran terbaik (termurah, berhadiah, atau berfasilitas paling menarik).
4. Pemanfaatan teknologi untuk menggantikan, melengkapi, dan/atau menambah layanan perusahaan menghadapi kendala berupa isu privasi, *confidentiality*, tingkat melek teknologi, tingkat akses teknologi, kesiapan mengadopsi teknologi baru, dan biaya akses teknologi.
5. Masih tingginya tingkat keengganan konsumen tidak puas untuk melakukan komplain.
6. Secara konseptual, kepuasan hanyalah salah satu diantara sekian banyak macam emosi yang mewarnai pengalaman hidup kita sehari-hari. Misalnya marah, kecewa, kesal, senang, dan gembira.⁸³

Kolter dan kawan-kawan,⁸⁴ mewanti-wanti bahwa kepuasan konsumen saja tidak cukup untuk menjamin bisnis berkesinambungan. Agar dapat sukses, setiap perusahaan wajib memastikan bahwa konsumennya meyakini bahwa produk atau jasa yang ditawarkan benar-benar memiliki nilai (*value*) yang sepadan. Pelanggan boleh jadi merasa puas, namun ia mungkin saja menilai harganya kemahalan dan produk pesaing mampu menawarkan nilai yang lebih baik.

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Secara umum, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi

⁸³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 4* (Yogyakarta : Andi, 2015), h. 117-118

⁸⁴ *Ibid*, h. 118

ekspektasi, pelanggan atau konsumen akan sangat puas atau senang.⁸⁵ Istilah kepuasan sering juga disebut “manfaat” atau “utilitas”.⁸⁶ Utilitas dimaknai sebagai kegunaan barang yang dirasakan oleh seseorang konsumen ketika mengonsumsi sebuah barang.⁸⁷ Maka seringkali utilitas dimaknai juga sebagai rasa puas atau kepuasan yang dirasakan oleh seorang konsumen dalam mengonsumsi sebuah barang. Jadi kepuasan dan utilitas dianggap sama, meskipun sebenarnya kepuasan adalah akibat yang ditimbulkan oleh utilitas.

Pengertian konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 Angka 2, adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁸⁸ Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen. Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan pada mereka, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.⁸⁹

Pengertian konsumen menurut Philip Kotler (2000) dalam bukunya “*Principles of Marketing*”, adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi.⁹⁰ Dengan demikian, jika dipadukan antara kepuasan dan konsumen, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah dorongan individu terhadap kepemilikan suatu barang atau berupa jasa dengan tujuan mencapai kepuasan.

⁸⁵ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, opcit, h. 138-139

⁸⁶ Hendy Mustiko Aji, *Manajemen Pemasaran Syariah Teori dan Praktek* (Yogyakarta : UPP STIM YKPN, 2019), h. 124

⁸⁷ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerjasama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2015), h. 127

⁸⁸ Ahmad Miru, Sutarman Yodo, opcit, h. 4

⁸⁹ Rosmawati, opcit, h. 2

⁹⁰ Ibid

Kepuasan konsumen menurut para ahli adalah sebagai berikut :

1. Menurut Handi (2002), kepuasan konsumen adalah suatu persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya. Selain itu, kepuasan konsumen adalah hasil perasaan dari dalam diri konsumen dalam menggunakan produk atau jasa.⁹¹
2. Menurut Zeithaml dan Bitner (2005), kepuasan konsumen adalah merupakan “*Customer’s evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met their needs and expectation*”. Yaitu konsumen yang merasa puas pada produk/jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan.⁹²
3. Menurut Jones (2008) berdasarkan teori perasaan afektif eksperimental (*ekperientially affective feeling theory*), kepuasan konsumen dipengaruhi oleh perasaan positif dan negatif yang diasosiasikan konsumen dengan produk yang sudah dibeli dan dikonsumsi.⁹³

Dalam teori Ekonomi Dasar, tujuan akhir konsumen dalam mengonsumsi suatu barang atau jasa adalah kepuasan. Maka, berdasarkan asumsi tersebut, konsumen akan selalu berusaha untuk memaksimalkan kepuasan dalam mengonsumsi barang atau jasa. Dengan kata lain, mengonsumsi atau menggunakan suatu produk, nilai atau tingkat kepuasan konsumen tidaklah konstan melainkan akan terus berkurang sampai pada titik dimana melakukan konsumsi barang tersebut tidak lagi memuaskan. Aktivitas yang terus diulang-ulang, kelak akan menimbulkan kejenuhan

⁹¹ Tommy Setiawan Ruslim, Mukti Rajarjo, “Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga dan Kualitas pada Restoran Abuba Steak di Greenville” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1, Maret 2016, h. 55

⁹² Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Pelaku Konsumen Pendekatan Praktis* (Yogyakarta : Andi, 2013), h. 180-181

⁹³ Ibid, h. 183

dan kebosanan sehingga akan mengurangi nilai tambah dari kepuasan.

Jika mengikuti teori Permintaan Konvensional, maka seakan-akan konsumen dibiarkan memaksimalkan kepuasannya asal memiliki anggaran yang mencukupi. Konsep kepuasan konsumen pada teori konvensional tidak dipertimbangkan masalah dan kerusakan yang ditimbulkan dari konsumsi. Tidak semua kepuasan menghasilkan manfaat, dan tidak semua penundaan kepuasan menghasilkan keburukan. Faktanya, banyak produk yang dapat memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen, namun secara sosial ternyata merusak. Dari sinilah nilai islam dapat berkontribusi dalam memperbaiki masalah ini.⁹⁴

a. Prinsip Etika Bisnis Konvensional

Perspektif sekuler atau konvensional menimbang standar moral berdasarkan tiga perspektif umum yaitu : utilitarian, hak (*rights*), dan keadilan (*justice and fairness*).⁹⁵

1. Etika bisnis berdasarkan prinsip utilitarian, yaitu untuk menentukan benar salah ditimbang berdasarkan mana yang lebih menguntungkan dan tidak menguntungkan. Seperti ditulis oleh Velazques, bahwa tindakan dapat dikatakan benar jika total utilitas (manfaat atau keuntungan) yang dihasilkan oleh suatu kegiatan lebih besar dibandingkan yang dihasilkan oleh kegiatan lain.
2. Etika berdasarkan prinsip hak (*rights*), yaitu untuk menentukan benar atau salah ditimbang berdasarkan apa yang menjadi hak seseorang. Hak itu sendiri dapat berupak hak negatif atau positif. Hak negatif adalah hak seseorang untuk tidak diganggu oleh orang lain. Sedangkan hak positif adalah hak seseorang untuk mendapatkan sesuatu dari orang lain. Teori hak negatif

⁹⁴ Hendy Mustiko Aji, opcit, h. 128

⁹⁵ Ibid, h. 105-106

adalah jika ia tidak diintervensi oleh orang lain untuk mengerjakan sesuatu yang diinginkannya. Misalnya, jika seseorang ingin minum alkohol, maka tindakan yang benar menurut prinsip ini adalah untuk tidak melarangnya. Menurut teori hak positif, suatu tindakan dapat dikatakan benar jika ia mendapatkan sesuatu yang sudah seharusnya dimilikinya. Misalnya, jika ia ingin kuliah maka tindakan yang benar adalah memberikannya kesempatan untuk kuliah meskipun orangtuanya tidak memiliki biaya, atau kemampuan intelektualnya tidak mencukupi.

3. Etika berdasarkan prinsip keadilan (*justice and fairness*), yaitu untuk menentukan benar atau salah, harus ditimbang berdasarkan tiga teori keadilan, yaitu : keadilan distributif, keadilan retributif, dan keadilan kompensatif. Dalam teori keadilan distributif ternyata memiliki berbagai pemahaman lagi, yaitu :⁹⁶
 - a. Keadilan berdasarkan persamaan (*egalitarianisme*), yaitu benar dan salah, adil atau dzolim harus ditimbang berdasarkan prinsip persamaan. Dalam paham ini setiap orang harus diberikan manfaat dan beban yang persis sama tanpa boleh dibedakan atas dasar apapun. Tidak etis menurut pemahaman ini jika laki-laki lebih diutamakan dibanding wanita, atau laki-laki diberi beban yang lebih dibanding wanita.
 - b. Keadilan berdasarkan kontribusi (*kapitalisme*), yaitu benar atau salah, adil atau dzolim ditimbang berdasarkan nilai kontribusi yang diberikan oleh seseorang. Seseorang yang memiliki kontribusi paling besar, maka harus mendapatkan manfaat yang paling besar dibanding yang lain.

⁹⁶ Ibid, h. 105-107

- c. Keadilan berdasarkan kebutuhan dan kemampuan (*sosialisme*), yaitu benar atau salah, adil atau dzolim ditimbang berdasarkan tingkat kebutuhan dan kemampuan seseorang, bebas kerja harus didistribusikan berdasarkan kemampuan seseorang, dan manfaat harus didistribusikan berdasarkan kebutuhan. Berdasarkan paham sosialisme, akan sangat tidak adil jika beban pekerjaan diberikan kepada orang yang tidak mampu, dan sangat tidak adil jika manfaat kesejahteraan diberikan melebihi kebutuhan seseorang. Prakteknya masyarakat sosialisme semua orang, apapun profesinya akan memiliki kesejahteraan yang sama.
- d. Keadilan berdasarkan kebebasan (*liberalisme*), yaitu benar atau salah, adil atau dzolim itu bebas dari paksaan orang lain. Sesuatu yang etis menurut paham liberal, adalah sesuatu yang harus ditimbang berdasarkan nilai kebebasan yang dimiliki setiap manusia. Pencetus utilitarian pasar bebas adalah Adam Smith (1723-1790). Menurut Adam Smith, individu dibiarkan bebas mencari kepentingannya sendiri di pasar bebas, dengan mengarahkan usahanya dalam suatu cara untuk menghasilkan nilai yang paling besar, individu hanya bermaksud meraih kepentingan.⁹⁷

Dari uraian diatas, dapat ditarik satu kesimpulan yaitu masalah yang benar atau salah, baik atau tidak baik, adil atau dzolim menurut teori konvensional ternyata tidak memiliki persepsi yang sama, berbeda-beda tergantung teori mana yang mereka gunakan. Bila hal ini diterapkan pada aktivitas pemasaran, pemasar akan bebas melakukan segala cara, biaya atau ongkos ditekan secara minimum, tetapi keuntungan dapat

⁹⁷ Manuel G. Velasques, *Etika Bisnis Konsep dan Kasus Edisi 5* (Yogyakarta : Andi, 2005), h. 172-173

maksimal, dan sudah barang tentu menimbulkan permasalahan.

2. Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam

Didalam teori ekonomi, kepuasan seseorang dalam mengonsumsi suatu barang dinamakan *utility* atau nilai guna. Bila kepuasan terhadap suatu benda semakin tinggi, maka semakin tinggi pula nilai gunanya. Sebaliknya, bila kepuasan terhadap suatu benda semakin rendah, maka semakin rendah pula nilai gunanya. Terminologinya dimaknai dengan terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan fisik.

Dalam perspektif Islam, tujuan konsumsi bukanlah konsep *utilitas* (kepuasan) melainkan kemaslahatan. Konsep *utilitas* sangat subjektif karena bertolak pada pemenuhan kebutuhan (*needs*). *Maslahah* dipenuhi berdasarkan pertimbangan rasional normatif dan positif, maka ada kriteria yang objektif tentang suatu barang yang memiliki *maslahah* ataupun tidak. Karena menurut Islam, konsumsi bukanlah aktivitas tanpa batas, melainkan juga terbatas oleh sifat kehalalan dan keharaman yang digariskan oleh syara'.

Firman Allah SWT. Dalam Al-qur'an Al-Maidah ayat 87 yaitu :

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا

تَعْتَدُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. Dan orang-orang yang apabila membelanjakan harta, mereka tidak berlebihan, dan tidak pula kikir, dan

adalah pembelanjaan itu ditengah-tengah antara yang demikian”.

Ayat di atas, dapat dijadikan dasar rujukan dalam membangun teori konsumen secara umum dalam kepuasan konsumsi dan konsumsi khusus dalam islam, sehingga dapat berjalan dalam rambu-rambu ajaran islam serta tidak melanggar dalam ruh islam.

Seorang ulama besar, Imam Al-Ghazali yang lahir pada tahun 450/1058, telah memberikan sumbangan yang besar dalam pengembangan dan pemikiran dalam dunia islam. Salah satu yang patut dijadikan rujukan adalah fungsi kesejahteraan sosial islam, begitu pula tentang pandangannya tentang peran aktivitas sekonomi secara umum. Sebuah tema yang menjadi pangkal tolak sepanjang karya-karyanya adalah konsep maslahat, atau kesejahteraan sosial atau *utilitas* (kebaikan bersama), sebuah konsep yang mencakup semua urusan manusia, baik ekonomi maupun urusan lainnya.

Menurut Al-Ghazali, kesejahteraan (*maslahah*) dari suatu masyarakat tergantung kepada pencarian dan pemeliharaan lima tujuan yaitu : (1) agama (*al-dien*), (2) hidup atau jiwa (*nafs*), (3) keluarga atau keturunan (*nasl*), (4) harta atau kekayaan (*maal*), dan (5) intelek atau akal (*aql*). Ia menitikberatkan bahwa sesuai tuntunan wahyu, kebaikan dunia ini dan akhirat (*maslahat al-din wa al-dunya*) merupakan tujuan utamanya.⁹⁸

Ghazali mengkritik mereka yang usahanya hanya terbatas untuk memenuhi tingkatan subsisten dalam hidupnya.

“Jika orang-orang tetap tinggal pada tingkatan subsisten (*sadd al-ramaq*) dan menjadi sangat lemah, angka kematian akan meningkat, semua pekerjaan dan kerajinan akan berhenti, dan masyarakat akan binasa. Selanjutnya, agama akan hancur,

⁹⁸ Adiwarmarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam Edisi 4* (Jakarta : Rajagrafinso Persada, 2012), h. 61-62

karena kehidupan dunia adalah persiapan bagi kehidupan akhirat.⁹⁹

Oleh karena itu, menurut Al-Ghazali, seandainya kehidupan subsisten merupakan suatu norma, usaha produktif manusia akan merugi, dan menambah kerugian spiritual masyarakat. Al-Ghazali tidak hanya menyadari keinginan manusia untuk mengumpulkan kekayaan, tetapi juga kebutuhannya untuk persiapan dimasa depan. Namun demikian, ia memperingatkan bahwa jika semangat “*selalu ingin lebih*”, ini menjurus kepada keserakahan dan pengejaran napsu pribadi, maka hal itu pantas dikutuk. Dalam pengertian inilah ia memandang kekayaan sebagai ujian besar.¹⁰⁰

Menurut Umar Chapra, ilmu ekonomi konvensional yang selama ini mendominasi pemikiran ilmu ekonomi modern, telah menjadi sebuah disiplin ilmu yang sangat maju bahkan terdepan. Dampak yang lebih mengagumkan lagi dari akselerasi perkembangan di negara-negara industri barat adalah tersedianya sumber-sumber kajian yang *subtansial* bagi para pakar untuk membantu program riset mereka. Lain halnya dengan ekonomi islam, ilmu ekonomi dengan perspektif islam ini baru menikmati kebangkitannya pada tiga atau empat dekade terakhir ini setelah mengalami tidur panjang pada beberapa abad lalu. Hal ini dikarenakan sebagian besar negara muslim adalah negara miskin dengan tingkat pembangunan ekonomi yang rendah.¹⁰¹

Tiga konsep penting yang menjadi pilar. Pilar dasar ilmu ekonomi konvensional adalah :¹⁰²

- a. *Rational economic man*, yaitu tingkah laku individu adalah rasional, masyarakat dikonseptualisasikan sebagai sebuah

⁹⁹ Ibid, h. 63

¹⁰⁰ Ibid

¹⁰¹ Nur Chamid, *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2017), h. 364

¹⁰² Ibid, h. 364-365

kumpulan dari individu-individu yang diikat pemenuhan napsu pribadi.

- b. *Positivisme*, yaitu mengesampingkan peran nilai moral sebagai alat *filterasi* dalam alokasi dan distribusi sumber daya.
- c. *Hukum say*, yaitu menyebutkan bahwa sebagaimana alam semesta ilmu ekonomi akan berjalan secara baik apabila dibiarkan lepas sekehendaknya. Proses produksi akan menciptakan kekuatan permintaannya sendiri, dan tidak akan terjadi kelebihan produksi ataupun pengangguran. Hal ini membawa pada konsep *laissez faire*, yaitu konsep yang menolak intervensi pemerintah dalam mekanisme pasar.

Pada umumnya konsumen bersifat memaksimalkan kepuasannya. Dalam hal ini, Walker, E.R. lewat bukunya *From Economic Theory To Policy* (Dalam Muhammad Nejatullah Siddiqi (1191)) menyatakan rasionalisasi ekonomi beranggapan bahwa para konsumen berusaha memaksimalkan kepuasan mereka. Ekonomi modern, termasuk aliran ekonomi tempo dulu menggunakan istilah kepuasan dalam pengertian khusus yang sama sekali bukan tidak mengandung makna *utilitarian*. Akan halnya konsumen yang dipengaruhi oleh semangat islam, pada dasarnya konsumen juga berusaha memaksimalkan kepuasannya. Kepuasan yang dimaksud disini bukanlah kepuasan yang bebas, tetapi kepuasan yang mengacu kepada dipengaruhi oleh semangat ajaran islam.¹⁰³

Dalam ajaran islam, aspek yang mempengaruhi tingkah laku konsumen dalam rangka melakukan permintaan kebutuhan terhadap pasar yang dijiwai oleh semangat islam, yaitu :

- a. Permintaan pemenuhan kebutuhan terhadap pasar hanya sebatas barang yang penggunaannya tidak dilarang dalam syariat islam

¹⁰³ Suhrawardi K. Lubis, Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta : Sianr Grafika, 2014), h. 26-27

- b. Cara hidup tidak boros dan kebutuhan terhadap barang konsumsi diteliti terlebih dahulu
- c. Pemerataan pemenuhan kebutuhan
- d. Dalam aktivitas pemenuhan kebutuhan, konsumen tidak hanya mementingkan kebutuhan yang bersifat materiil semata, tetapi juga bersifat immateriil
- e. Untuk memenuhi kepentingan pribadi, juga memperlihatkan kepentingan sosial masyarakat
- f. Seorang konsumen juga harus melihat kepentingan konsumen yang lain dan kepentingan pemerintah¹⁰⁴

Adapun nilai-nilai islam yang harus diaplikasikan dalam konsumsi adalah :¹⁰⁵

- a. Seimbang dalam konsumsi, yaitu islam mewajibkan kepada pemilik harta agar menafkahkan sebagian hartanya untuk kepentingan diri, keluarga, dan *fi sabilillah*.
- b. Membelanjakan harta pada bentuk yang dihalkan dan dengan cara yang baik, yaitu islam mendorong dan memberi kebebasan kepada individu agar membelanjakan hartanya untuk membeli barang-barang yang baik dan halal dalam memenuhi kebutuhan hidup. Kebebasan itu diberikan dengan ketentuan tidak melanggar batas-batas yang suci serta tidak mendatangkan bahaya terhadap keamanan dan kesejahteraan masyarakat dan negara.
- c. Larangan bersikap *israf* (royal), dan *tabzir* (sia-sia), yaitu nilai-nilai akhlak yang terdapat dalam konsep konsumsi adalah pelarangan terhadap sikap hidup mewah. Gaya hidup mewah adalah perusak individu dan masyarakat, karena menyibukkan manusia dengan hawa napsu, melalaikannya dari hal-hal yang mulia dan akhlak yang luhur.

¹⁰⁴ Ibid, h. 27-28

¹⁰⁵ Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2016), h. 108-109

Dr. Monzer Kahf dalam bukunya berjudul “*The Islamic Economy : Analytical of the Functioning of the Islamic Economic System*” menyebutkan bahwa “tingkat keshalehan seseorang mempunyai korelasi positif terhadap tingkat produksi yang dilakukannya”. Jika seseorang semakin meningkat nilai keshalehannya maka nilai produktifitasnya juga semakin meningkat, begitu juga sebaliknya jika keshalehan seseorang itu dalam tahap *degradasi* maka akan berpengaruh pula pada pencapaian nilai produktifitas yang menurun.¹⁰⁶

Sebuah contoh, seseorang yang senantiasa terjaga untuk selalu menegakkan sholat berarti ia telah dianggap shaleh. Dalam posisi seperti ini, orang tersebut telah merasakan tingkat kepuasan bathin yang tinggi dan secara psikologi jiwanya telah mengalami ketenangan dalam menghadapi setiap permasalahan kehidupannya. Selama ini, kesan yang terbangun dalam alam pikiran kebanyakan pelaku ekonomi, apalagi mereka yang berlatar belakang *konvensional* melihat bahwa *keshalehan* seseorang merupakan hambatan dan perintang untuk melakukan aktifitas produksi. Orang yang shaleh dalam pandangannya terkesan sebagai sosok orang pemalas yang waktunya hanya dihabiskan untuk beribadah dan tidak hanya jarang menghiraukan aktifitas ekonomi yang dijalannya. Akhirnya, mereka mempunyai pemikiran negatif terhadap nilai keshalehan tersebut.¹⁰⁷

Dari itu, prinsip-prinsip dasar produksi, distribusi dan konsumsi perlu dibangun seperti :

- a. Prinsip dasar untuk memproduksi sesuatu itu bebas, termasuk keadilan dalam pengelolaan lahan pertanian dan pengadaan barang-barang perdagangan yang lebih bagus
- b. Distribusi komoditas dan kekayaan adalah bebas tetapi bukan berarti bebas kontrol atau berputar pada sebagian kelompok

¹⁰⁶ Nur Chamid, opcit, h. 390

¹⁰⁷ Ibid

- c. Pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat harus di dukung oleh adanya kejelasan hukum dan peraturan-peraturan yang mencerahkan dan semua itu menjadi tanggungjawab negara.¹⁰⁸

Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mementingkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara zatnya maupun cara memperolehnya, tidak bersifat *israf* (royal), dan *tabzir* (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi.

Dalam Islam tujuan konsumsi bukanlah konsep *utilitas* seperti pemikiran ekonomi modern sebagai *homo economicus* yang menunjukkan perilaku memaksimalkan keuntungan dan kepuasannya, melainkan kemaslahatan. Masalah dipenuhi berdasarkan pertimbangan rasional normatif dan positif, maka ada kriteria yang objektif tentang suatu barang yang memiliki masalah atau tidak.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Setiap perusahaan tentu ingin memberikan pelayanan terbaik untuk konsumennya. Namun demikian, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen itu sendiri. Apabila faktor-faktor tersebut dapat dipenuhi dengan baik, maka loyalitas konsumen pun tercipta sehingga pendapatan bisnis pun meningkat. Bahkan ditengah persaingan bisnis yang kian ketat, perusahaan akan tetap mampu bertahan dan unggul karena pelanggan atau konsumen merasa mendapatkan pelayanan yang diinginkan. Meski demikian, perusahaan harus mampu memenej sedemikian rupa kemungkinan-kemungkinan sebab timbulnya ketidakpuasan pelanggan atau konsumen, munculnya rasa tidak puas terhadap sesuatu antara lain :

- a. Tidak sesuai harapan dengan kenyataan

¹⁰⁸ Juhaya S. Pradja, *Ekonomi Syariah* (Bandung : Pustaka Setia, 2012), h. 90

- b. Layanan selama proses menikmati jasa yang tidak memuaskan
- c. Perilaku personil kurang memuaskan
- d. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang
- e. Cost terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai
- f. Promosi/iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan¹⁰⁹

Langkah berikut yang tidak kalah pentingnya adalah mengembangkan sistem informasi manajemen, dimana perusahaan bisa mengkategorisasikan setiap keluhan yang disampaikan dan belajar dari kesalahan yang pernah dilakukan, setidaknya terdapat empat aspek penanganan keluhan yang penting, yaitu :¹¹⁰

- a. Empati terhadap pelanggan yang marah

Dalam menghadapi pelanggan atau konsumen yang emosi atau marah, staf layanan pelanggan harus berkepal dingin dan bersikap empati. Untuk itu perlu diluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Sehingga pemecahan yang optimal dapat diupayakan bersama.

- b. Kecepatan dalam penanganan keluhan

Kecepatan sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan pelanggan atau konsumen tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi. Apabila keluhan dapat ditangani dengan cepat, maka ada kemungkinan pelanggan tersebut menjadi puas. Apabila

¹⁰⁹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung : Alfabeta, 2016), h. 286

¹¹⁰ Fandy Tjiptono, *opcit*, h. 103-105

pelanggan puas dengan cara penanganan keluhannya, maka besar kemungkinan ia akan menjadi pelanggan perusahaan kembali. Hasil riset *Technical Assistance Research Programs*¹¹¹ menunjukkan bahwa :

1. 70-90% pelanggan yang menyampaikan komplain akan melakukan bisnis kembali dengan perusahaan yang sama apabila ia puas dengan cara penanganan keluhannya.
2. 20-70% pelanggan yang tidak puas dengan cara penanganan komplainnya tidak bakal melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama.

- c. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan

Perusahaan wajib memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi “*win-win*” (fair, realistis dan proporsional), dimana pelanggan atau konsumen sama-sama diuntungkan.

- d. Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan

Akses bagi konsumen terhadap perusahaan dalam rangka menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan, maupun keluhan merupakan faktor krusial yang harus dipertimbangkan. Disini sangat dibutuhkan adanya metode komunikasi yang mudah dan relatif tidak mahal, dimana pelanggan dapat menyampaikan keluh-kesahnya. Saluran telpon bebas pulsa (*hot line service*), *website*, dan atau blog untuk menampung keluhan pelanggan.

Pada akhir-akhir ini perusahaan diseluruh dunia telah menganut konsep manajemen kualitas total, *total quality* atau TQM. Manajemen kualitas total adalah filsafat manajemen yang didasarkan atas ide-ide bahwa perusahaan yang berhasil

¹¹¹ Ibid

akan secara terus-menerus meningkatkan kualitas produk mereka dan kualitas tersebut didefinisikan sebagai hal yang sesuai dengan keinginan pelanggan.¹¹² Isu utama dalam penilaian kinerja produk adalah dimensi apa yang digunakan konsumen untuk melakukan evaluasinya. Ada tujuh dimensi dasar dari kualitas yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu :

- a. Kinerja, dimana tingkat absolut kinerja barang atau jasa pada atribut kunci yang diidentifikasi para pelanggan, sejauh mana produk atau jasa digunakan dengan benar, kemampuan pegawai untuk menangani masalah dengan benar.
- b. Interaksi pegawai, keramahan, sikap dan empati yang ditunjukkan oleh masyarakat pemberi jasa atau barang, kredibilitas menyeluruh para pegawai, termasuk kepercayaan konsumen kepada pegawai dan persepsi mereka tentang keahlian pegawai.
- c. Reliabilitas, yaitu konsistensi kinerja barang, jasa, dan toko.
- d. Daya tahan, yaitu mengenai rentang kehidupan produk dan kekuatan hukum.
- e. Ketetapan waktu dan kenyamanan, yaitu seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki, seberapa cepat informasi atau jasa diberikan, kenyamanan pembelian dan proses jasa, termasuk penerimaan kartu kredit, jam kerja kantor, dan tempat parkir.
- f. Estetika, yaitu penampilan fisik barang atau toko, daya tarik penyajian jasa, kesenangan atmosfer dimana jasa atau produk diterima, bagaimana desain produk yang akan diperlihatkan kepada masyarakat.

¹¹² Etta Mamang Sangadji, Sopiah, opcit, h. 188

- g. Kesadaran akan merek, yaitu dampak positif atau negatif tambahan atas kualitas yang tampak, yang mengenal merek atau nama toko atau evaluasi konsumen.¹¹³

Adapun faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, adalah :

a. Mutu produk

Hal terpenting yang wajib diperhatikan setiap perusahaan untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah mutu dari produk yang digunakan. Untuk itu, pastikan kita selalu memilih dan menggunakan produk berkualitas. Sehingga pelanggan atau konsumen merasa puas dan tidak ragu untuk kembali membeli produk yang kita tawarkan. Pengaruh mutu produk ini juga menjadi salah satu strategi pemasaran produk terbaik. Juga menjadi sebab sering dijumpai pelanggan merekomendasikan produk anda kepada keluarga ataupun teman-temannya.

b. Kualitas pelayanan

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen juga bisa datang dari kualitas pelayanan yang diberikan dan seluruh karyawan yang ada. Hal ini sangat penting terutama yang bergerak dibidang jasa. Persepsi pelanggan atau konsumen terhadap bisnis sedikit banyak akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan terbaik, termasuk setelah transaksi jual-beli diselesaikan.

c. Penetapan harga

Sebelum memutuskan pembelian suatu produk, konsumen tentu akan melakukan perbandingan harga produk yang sama dari beberapa merek, artinya penetapan harga juga berpengaruh pada kepuasan konsumen. Jadi sebaiknya lakukan riset pasar sebelum menetapkan harga untuk produk barang atau jasa yang akan dijual. Jika memungkinkan, berikan harga yang relatif terjangkau,

¹¹³ Ibid, h. 188-189

dengan kualitas yang baik sehingga pelanggan tidak merasa dikecewakan.

d. Pengalaman belanja yang menyenangkan

Pengalaman belanja konsumen (*customer experience*) juga berpengaruh terhadap kepuasannya. Pengalaman ini berbanding lurus dengan kemudahan selama proses pembelian. Proses belanja yang mudah, cepat, dan fleksibel sangat diminati oleh konsumen. Fasilitas bebas biaya tambahan, bebas parkir, gratis ongkir (ongkos kirim), dan pilihan metode pembayaran yang beragam, pun mampu menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atau konsumen.

e. Testimoni orang lain

Pengalaman (*experience*) orang lain akan mempengaruhi minat dan persepsi konsumen baru. Faktor inilah yang akan menentukan pengalaman belanja yang ia dapatkan. Hal ini dikarenakan konsumen akan langsung membandingkan testimoni orang lain dengan pengalaman baik sama seperti orang lain, maka ia juga akan merasa puas dan selalu memilih produk kita diantara pesaing-pesaing lainnya. Perbandingan itu akan membantu pelanggan menentukan seberapa banyak informasi yang dikumpulkan dan dari sumber yang mana. Pencarian informasi meliputi :

1. Mencari lebih banyak informasi, khususnya dari sumber personal terpercaya seperti teman, rekan kerja dan saudara
2. Mengandalkan reputasi produsen atau penyedia jasa
3. Mencari garansi dan jaminan
4. Bertanya pada karyawan perusahaan mengenai produk-produk alternatif
5. Mencari peluang untuk mencoba produk sebelum pembelian (contohnya, kunjungan pertama gratis ke

fitness center, seminggu pertama gratis di *play group*, *test drive* mobil, dan lain-lain)

6. Menelusuri berbagai situs jejaring sosial dan mesin pencari (*search engines*) untuk mencari informasi
7. Setia pada produk atau penyedia jasa saat ini karena lebih familier dengan kerjanya
8. Mencari *tangible cues* atau bukti fisik lainnya sebagai sarana untuk menilai kualitas jasa dan menekan persepsi terhadap risiko jasa¹¹⁴

f. Strategi pemasaran

Selain faktor diatas, adalah strategi pemasaran. Tanpa disadari strategi dalam membuat iklan dan promosi juga mempengaruhi pada ekspektasi pelanggan. Ketika perusahaan berlebihan dalam mempromosikan keunggulan produk dan layanan, tanpa disertai dengan keadaan faktual yang demikian maka pelanggan justru akan merasa kecewa, karena apa yang didapatkan tidak sesuai dengan apa yang mereka lihat dan percayai dari penawaran suatu perusahaan. Maka jalan lainnya adalah pemberian *reward* untuk mereka yang sudah setia dengan produk tersebut. Sebagai salah satu pilihan hadiah, mulai dari anak-anak hingga lanjut usia (*lansia*). Berikut ini lima faktor khusus yang harus dipertimbangkan ketika menetapkan anggaran iklan yaitu :

1. *Tahap dalam situs hidup produk*. Produk baru umumnya mendapatkan anggaran iklan lebih besar untuk menciptakan kesadaran dan membuat pelanggan mencoba produk.
2. *Pangsa pasar dan basis konsumen*. Merek dengan pangsa pasar yang tinggi biasanya memerlukan pengeluar iklan yang lebih sedikit sebagai prosentasi

¹¹⁴ Fandy Tjiptono, Anastasia Diana, *Pemasaran Esensi & Aplikasi* (Yogyakarta : Andi Offset, 2016), h. 69-70

penjualan untuk mempertahankan pangsa. Untuk membangun pangsa dengan meningkatkan ukuran pasar diperlukan pengeluaran yang lebih besar.

3. *Persaingan dan kerumunan.* Didalam pasar dengan jumlah pesaing yang banyak dan pengeluar iklan yang tinggi. Merek harus beriklan lebih kencang agar didengar.
4. *Frekwensi iklan.* Jumlah repetisi yang diperlukan untuk melewati pesan merek kepada konsumen mempunyai dampak jelas bagi anggaran iklan.
5. *Kemampuan penggantian (substitusi) produk.* Merek yang kurang terdiferensiasi atau kelas produk semacam komoditi (bank, maskapai penerbangan) memerlukan iklan besar-besaran untuk menanamkan citra berbeda.¹¹⁵

Memahami Kebutuhan Konsumen

Konsumen dapat memilih saluran yang mereka sukai berdasarkan sejumlah faktor yaitu : 1) harga, 2) pilihan produk, 3) dan kenyamanan pilihan saluran, 4) dan juga tujuan belanja mereka (ekonomi, sosial, atau eksperimental). Seperti layaknya produk, adanya segmentasi, dan pemasar yang menerapkan berbagai jenis saluran, harus disadari juga bahwa konsumen yang berbeda memiliki kebutuhan berbeda selama proses pembelian.¹¹⁶

Periset Nunes dan Cespedes berpendapat bahwa dibanyak pasar, pembeli dibagi menjadi satu dari empat kategori :¹¹⁷

¹¹⁵ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Penerjemah Bob Sabrani, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2* (Jakarta : Erlangga, 2009), h. 203-204

¹¹⁶ Ibid, h. 109

¹¹⁷ Ibid

- a. *Pembelanja berdasarkan kebiasaan*, membeli dari tempat yang sama dengan cara yang sama sepanjang waktu
- b. *Pencari kesepakatan bernilai tinggi*, yakni mengetahui kebutuhan mereka dan banyak menyelidiki saluran sebelum membeli dengan harga serendah mungkin.
- c. *Pembelanja yang mencintai keragaman*, yakni mengumpulkan informasi di banyak saluran, memanfaatkan layanan sentuhan tinggi, kemudian membeli di saluran favorit mereka tanpa memperhatikan harga.
- d. *Pembelanja dengan keterlibatan tinggi*, mengumpulkan informasi di semua saluran, melakukan pembelian di saluran biaya murah, tetapi memanfaatkan layanan pelanggan dari saluran sentuhan tinggi.

Pasar merupakan kelompok konsumen yang berada di berbagai lokasi yang mempunyai keinginan dan kebutuhan, sumber daya, sikap dan praktik pembelian yang saling berbeda antara satu dengan yang lain. Sifat pasar yang sangat heterogen memerlukan segmentasi pasar, proses pemisahan pasar menjadi beberapa segmen atau bagian yang homogen dalam semua aspek yang berhubungan dengan pemasaran produk.¹¹⁸ Banyak sedikitnya jumlah barang yang diminta akan tergantung oleh faktor-faktor sebagai berikut :

- a. Harga barang yang diminta
- b. Harga barang-barang substitusi dan barang komplementernya

¹¹⁸ Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta : Andi Offset, 2007), h. 65-66

- c. Pendapatan konsumen
- d. Selera konsumen¹¹⁹

Hubungan antara tinggi rendahnya harga dan banyak sedikitnya jumlah barang yang diminta dapat digambarkan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 0.2

Harga dan Jumlah Barang Yang Diminta

Periode	Harga Per Satuan	Jumlah Barang Yang Diminta (Q)
A	Rp. 500,00	9 Satuan
B	Rp. 400,00	10 Satuan
C	Rp. 300,00	12 Satuan
D	Rp. 200,00	15 Satuan
E	Rp. 100,00	20 Satuan

Sumber : Buchari Alma 2016

Dari tabel tersebut dapat kita lihat bahwa pada harga yang tinggi (Rp. 500,00) maka jumlah barang yang diminta adalah sedikit (9 kesatuan). Makin rendah harga, makin banyak yang diminta, sehingga pada harga yang rendah yaitu Rp. 100,00 maka jumlah barang yang diminta adalah sebanyak 20 unit.

Ditinjau dari jumlah orang meminta, maka permintaan dapat dibedakan atas permintaan individual dan permintaan kolektif atau permintaan pasar (*market demand*). Permintaan individual yaitu permintaan yang datang dari seorang individu. Sedang permintaan yang kolektif atau permintaan pasar adalah kumpulan dari permintaan-permintaan individu. Contoh : 3 orang secara individual, yaitu A, B, dan C menghendaki

¹¹⁹ Buchari Alma, opcit, h. 83

barang dengan harga dan jumlah permintaannya masing-masing tertera pada tabel berikut :

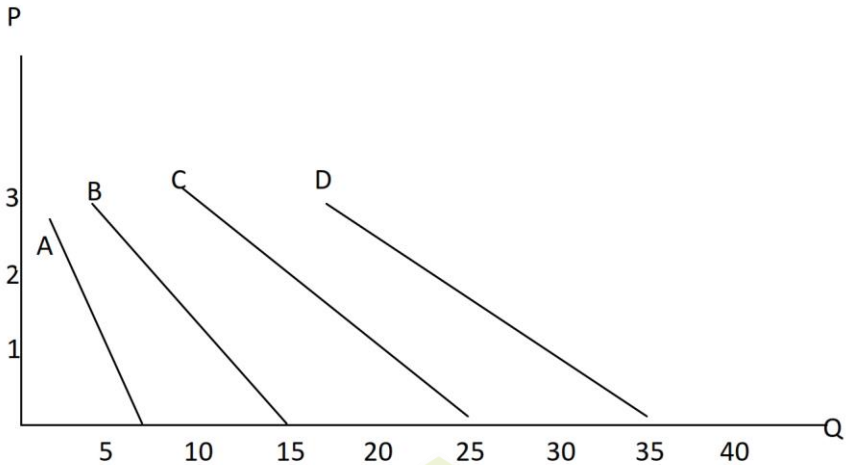
Tabel 0.3

Permintaan individual permintaan kolektif

Harga	Permintaan Individual			Permintaan Kolektif
	A	B	C	D
Rp. 1	6	10	20	36
Rp. 2	5	6	15	26
Rp. 3	4	2	10	16

Sumber : Buchari Alma 2016

Kolom 1 pada Tabel 0.3 tersebut menggambarkan tingkat-tingkat harga. Kolom 2, 3 dan 4 menggambarkan jumlah permintaan-permintaan individu A, B dan C pada kolom 5 menunjukkan jumlah keseluruhan permintaan (permintaan kolektif atau permintaan pasar) dengan jumlah 36, 26 dan 16 dengan harga masing-masing Rp. 1,00, Rp. 2,00 dan Rp. 3,00. Bila tabel tersebut kita gambarkan dalam bentuk curve akan tampak sebagai berikut :



Gambar 1.5

Curve A, B dan C menggambarkan permintaan individu-individu A, B dan C. Sedangkan Curve D adalah menggambarkan gabungan sejumlah 36, 26 dan 16 kesatuan barang yang diminta. Jadi curve A, B dan C merupakan permintaan individual dan Curve D merupakan kurve permintaan kolektif atau curve permintaan pasar yang bentuknya lebih landai dan stabil. Curve individual A, B, C bentuknya lebih curam dan sangat dipengaruhi oleh harga.

Abraham Maslow,¹²⁰ yang terkenal dengan teori herarki/jenjang kebutuhan (*hierarchy of needs theory*), menyatakan bahwa manusia pada dasarnya memiliki lima kebutuhan yang bertingkat-tingkat mulai dari kebutuhan paling dasar (asasi) sampai pada kebutuhan aktualisasi diri. Menurut teori ini, untuk menuju pada jenjang kebutuhan yang lebih tinggi seseorang harus dapat memenuhi kebutuhan yang ada ditingkat bawahnya.

¹²⁰ Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis Edisi Kelima* (Jakarta : Erlangga, 2019), h. 31

Teori hierarki kebutuhan yang dikemukakan Abraham Maslow secara lengkap adalah sebagai berikut :¹²¹

a. Kebutuhan fisiologis

Kebutuhan fisiologis (*physiological needs*) merupakan kebutuhan tingkat pertama dan utama dalam mempertahankan hidup dan kehidupan manusia (*survival*), seperti kebutuhan makan, minum, pakaian dan perumahan (tempat tinggal). Kebutuhan ini merupakan kebutuhan manusia yang paling dasar, dan setiap manusia memerlukannya tanpa terkecuali.

b. Kebutuhan keamanan

Setelah kebutuhan dasar manusia dapat dipenuhi, maka manusia berupaya untuk dapat kebutuhan yang paling tinggi yaitu kebutuhan rasa aman dan nyaman (*safety needs*), selamat dari segala macam marabahaya yang akan menimpa manusia. Misalnya ingin aman dan nyaman dari kerusakan, pertikaian, pembakaran, penjarahan dan lain-lain.

c. Kebutuhan sosial

Kebutuhan sosial berkaitan dengan masyarakat, bagaimana seseorang berinteraksi dengan orang lain dalam kehidupan bermasyarakat. Manusia adalah makhluk sosial yang selalu berhubungan dengan orang lain. Dimanapun kita berada, baik di kota, di desa, hidup dalam kebersamaan, kegotongroyongan, saling membantu antara yang satu dengan yang lain merupakan kebutuhan yang harus diperhatikan. Contoh; dalam melakukan kerja bakti dilingkungan masyarakat seperti kegiatan bersih lingkungan, gotong royong,

¹²¹ Ibid, h. 31-32

pernikahan, khitanan, siskamling (kegiatan pengamanan) dan sejenisnya.

d. Kebutuhan status

Selain pemenuhan akan kebutuhan dasar, manusia juga ingin memenuhi kebutuhan akan status dirinya. Kebutuhan manusia akan status (*status needs*) berkaitan dengan pengakuan penghargaan, kedudukan dan tingkatan sosial di masyarakat. Status seseorang dalam suatu masyarakat dapat diukur dari tingkat keimanannya, kebangsawanannya, keilmuannya, jabatannya, atau kekayaannya.

e. Kebutuhan aktualisasi diri

Kebutuhan aktualisasi diri (*self actualization needs*) merupakan tingkat kebutuhan yang tertinggi menurut Abraham Maslow. Dalam hal ini yang ditekankan adalah bagaimana seseorang mampu mengaktualisasikan dirinya dalam berbagai kegiatan yang mampu menumbuhkan kreativitas, inovasi-inovasi baru, mampu menunjukkan sikap kearifan dan kebijaksanaan dalam mengambil keputusan penting dalam suatu organisasi.

C. Penelitian Yang Relevan

Menurut Nurrahmi Hayani, dalam karyanya berjudul “Pengaruh Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan oleh Ibu Rumah Tangga Muslim di Pekanbaru” menyatakan bahwa sertifikasi halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan oleh ibu rumah tangga muslim di Kelurahan Air Putih Kecamatan Tampan Pekanbaru. Diketahui bahwa dari nilai t hitung (2,901) > f tabel (1,985) dengan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa bahan makanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan

pembelian produk makanan oleh ibu rumah tangga muslim di Kelurahan Air Putih Kecamatan Tampan Pekanbaru. Sertifikasi halal dan bahan makanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk makanan oleh ibu rumah tangga di Kelurahan Air Putih Kecamatan Tampan Pekanbaru. Hal ini diketahui dari f hitung sebesar 24,446 dengan signifikansi 0,000. f tabel dapat diperoleh dari f tabel (3,09) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai *adjusted r. square* sebesar 0,335 atau 33,5%. Ini berarti variabel keputusan konsumen dipengaruhi oleh sertifikasi halal dan bahan makanan sebesar 33,5% dan sisanya 66,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu *kuesioner*, dan analisis datanya berupa *regresi linier berganda*.¹²²

Menurut Faradella Harum Prasetyo, Moch. Khoirul Anwar dalam penelitiannya berjudul “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) pada Masyarakat Muslim Kabupaten Tulungagung”. Menyatakan bahwa; labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk air minum dalam kemasan pada masyarakat muslim Kabupaten Tulungagung, memiliki pengetahuan yang baik terkait konsep halal untuk diterapkan pada kehidupan sehari-hari. Hendaknya umat muslim selalu memperhatikan kehalalan produk sebelum mengonsumsi sesuatu seperti makanan, minum-minuman, obat-obatan, kosmetik dan lainnya. Karena Allah SWT mewajibkan umat muslim untuk mengonsumsi sesuatu yang halal saja. Aturan konsumsi sesuatu yang halal diwajibkan dengan bertujuan untuk kebaikan suatu umat agar senantiasa terhindari dari baya sehingga mencapai berkah di dunia dan akhirat. Menurutnya, temuan ini telah menunjukkan bahwa label halal memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk air minum dalam kemasan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha melengkapi informasi halal pada produknya sesuai prosedur yang berlaku di Indonesia. Dalam kegiatan penelitiannya

¹²² Nurahmi Hayati, “Pengaruh Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan oleh Ibu Rumah Tangga Muslim di Pekanbaru”, *Jurnal Al-Amwal*, Vol. 8, No. 1, Juni 2019, h. 43

metode yang digunakan adalah metode analisis *deskriptif* dan *analisis inferensia*. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah *kuantitatif*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *onvenience sampling* kemudian populasi dihitung menggunakan rumus *lemeshow* untuk menentukan jumlah *sampel*, sedangkan teknik pengumpulan datanya melalui *kuisisioner* secara *online* dan menggunakan media *google* formulir kemudian di distribusikan dengan media sosial *whatsapp* dan *instagram*.¹²³

Menurut Lisani, karyanya berjudul “Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Produk-produk Konsumsi Terhadap Preferensi Konsumsi Pada Mahasiswa Muslim FEB USU”, dijelaskan bahwa; terdapat adanya hubungan antara labelisasi halal produk-produk konsumsi dengan preferensi konsumsi pada mahasiswa muslim FEB USU. Dengan adanya labelisasi halal pada produk-produk konsumsi, maka semakin tinggi kecenderungan mahasiswa muslim FEB USU untuk memilih mengkonsumsi produk tersebut. Diantara jawaban positif responden terhadap labelisasi halal adalah pernyataan bahwa produk yang memiliki labelisasi halal memberikan kenyamanan bagi konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk, diketahui bahwa terdapat 51 responden (55,44%) yang menjawab sangat setuju dan juga 29 responden (51,32%) yang menyatakan setuju. Dari hasil jawaban kuesioner variabel labelisasi halal menyimpulkan bahwa labelisasi halal pada suatu produk konsumsi membuat responden merasa percaya dan yakin terhadap jaminan kehalalan dan kesehatan produk-produk konsumsi. Diantara jawaban positif responden terhadap preferensi konsumsi produk halal adalah mengenai pernyataan bahwa produk yang populer lebih penting dalam pemilihan produk untuk dikonsumsi walaupun kehalalannya diragukan. Metode penelitiannya menggunakan penelitian asosiatif, sementara jenis dan sumber datanya adalah data primer dan sekunder yaitu mahasiswa muslim FEB USU dan bagian mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis USU

¹²³ Faradella Harum Prasetyo, Moch. Khoirul Anwar, “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) pada Masyarakat Muslim Kabupaten Tulungagung”, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, E-ISSN: 2686-620 X, Vol. 4, No. 1, Tahun 2021, h. 139-148

serta literatur lainnya. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan realibilitas sebagai ukuran yang mengacu kepada derajat kesesuaian antara data yang dikumpulkan dan data sebenarnya dalam sumber data. Untuk menganalisis ada tidaknya hubungan antara variabel, ia menggunakan uji korelasi spearman rank.¹²⁴

Penelitian oleh Maryani et al., berjudul “Sertifikasi Halal Produk Air Minum Dalam Kemasan Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal” mengatakan bahwa; kinerja Kementerian Agama BPJPH melakukan registrasi pengajuan permohonan sertifikat halal dan penerbitan sertifikat halal. Pengkajian ilmiah terhadap hasil pemeriksaan dan pengujian kehalalan produk dan pelaksanaan sidang fatwa halal. LPPOM melakukan penelitian, pengkajian dan pemeriksaan terhadap produk pangan, obat-obatan dan kosmetika untuk dilaporkan dan dibawa kesidang komisi Fatwa MUI. Peran Kementerian Agama (BPJPH) fokus pada aspek pengaturan, operasional, administrasi keuangan, kerjasama dan edukasi, sementara MUI menetapkan kehalalan atau ketidakhalalan suatu produk serta aspek syariah lainnya. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian sosiologi/empiris dan penggunaan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi.¹²⁵

Ahda Segati dalam penelitiannya berjudul “Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan”, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel sertifikasi halal, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan. Hal ini terbukti dari f_{hitung} sebesar $8,151 > f_{tabel}$ sebesar $2,67$ dengan signifikansi $0,000 (<0,05)$. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1

¹²⁴ Nurul Lisani, “Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Produk-produk Konsumsi Terhadap Preferensi Konsumsi Pada Mahasiswa Muslim FEB USU”, *Skripsi Universitas Sumatera Utara*, Tahun 2018, h. 55-79

¹²⁵ Maryani et al., “Sertifikasi Halal Produk Air Minum Dalam Kemasan Menurut Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal”, *Disertasi Ilmu Syariah*, <http://reository.uinjambi.ac.id> 31 Agustus 2020

diterima, artinya ada pengaruh simultan variabel sertifikat halal, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan aqiqah catering Nurul Hayat Yogyakarta. Selain itu, variabel sertifikat halal, kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan pada penjualan meningkat 12,6% terbukti R^2 dari 0,126. Sedangkan sisanya 87,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Adapun penelitian yang digunakan merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Sementara metode yang digunakan dalam penelitiannya dengan regresi linier berganda. Dalam populasi dalam penelitiannya adalah seluruh konsumen dan produsen *Aqiqah Catering Nurul Hayat Yogyakarta*.¹²⁶

Zakiya Ulin Nukha, Rini Rahayu Kurniati, Ratnanikin Hardati, dalam penelitiannya berjudul “Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian, Studi pada Konsumen Produk Herbal HPAI di Kecamatan Ponco Kusumo”, hasil penelitiannya menjelaskan bahwa; terdapat pengaruh simultan variabel sertifikasi halal, harga, kualitas produk dan keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan secara parsial terdapat pengaruh antara variabel sertifikasi halal dan kualitas produk baik terhadap kepuasan konsumen maupun keputusan pembelian. Selain itu juga terdapat variabel mediasi, namun pada variabel harga tidak terdapat pengaruh parsial maupun variabel mediasi. Jenis penelitiannya adalah kuantitatif. Sementara metode pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dan menggunakan metode analisis path.¹²⁷

Eka Dyah Setyaningsih, Sofyan Marwansyah, penelitiannya berjudul “The Effect of Halal Certification and Halal Awareness Through Interest in Delisions on Buying Halal Food Product”,

¹²⁶ Ahda Segati, “Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 2, Tahun 2018, h. 8-9

¹²⁷ Jakiya Ulin Nukha, Rini Rahayu Kurniati, Ratnanikin Hardati, “Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian, Studi Pada Konsumen Produk Herbal HPAI di Kecamatan Ponco Kusumo”, *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, Vol. 10, No. 1, Tahun 2021 <http://riset.unisma.ac.id>

menyimpulkan bahwa; pengaruh sertifikasi halal terhadap minat konsumen dalam mengkonsumsi produk makanan halal berpengaruh positif terhadap minat konsumen. Pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan konsumen dalam mengkonsumsi produk makanan halal berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan konsumen dalam mengkonsumsi produk makanan halal, berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen. Responden yang menggunakan produk makanan halal di daerah Jakarta Selatan dan Bogor sebesar 54% untuk wanita, dan pria sebesar 46%, sehingga menurutnya disimpulkan bahwa pria dan wanita sangat memperhatikan keputusan menggunakan makanan produk halal. Sementara metodologi penelitian yang digunakan diolah dengan teknik analisis SEM melalui perangkat AMOS menggunakan responden berjumlah 330 orang di kawasan Jakarta dan Bogor. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert satu sampai lima.¹²⁸

Berkaitan dengan diatas, Dano Apriansyah, hasil penelitiannya berjudul “Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu”, penelitiannya disimpulkan bahwa; variabel sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, serta kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian sebanyak 591 orang mahasiswa dengan metode sampel menggunakan rumus slovin dan taraf signifikansi 90% (0,1), metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan bantuan google form, sedang teknis analisis data yang digunakan adalah data regresi linier berganda.¹²⁹

¹²⁸ Eka Dyah Setyaningsih, Sofyan Marwansyah, “The Effect of Halal Certification and Halal Awareness Through Interest in Decisionson on Buying Halal Food Product”, *Jurnal of Islam Economics, Finance and Banking*, E-ISSN-2598-0955 Vol. 3, No. 1, Mei 2019, h. 71-77

¹²⁹ Dano Apriansyah, “Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswa

Tabel 0.4
 Penelitian Yang Relevan

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
a	b	c	d	e
1	Nurrahmi Hayani (2019)	Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Ibu Rumah Tangga Muslim Di Pekanbaru	Data kuesioner dan analisis regresi linear berganda	- Bahan makanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan oleh ibu rumah tangga muslim di Kelurahan Air Putih Kecamatan Tampan Pekanbaru - Sertifikasi halal dan bahan makanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk makanan oleh ibu rumah tangga muslim di Kelurahan Air Putih Kecamatan Tampan

				Pekanbaru
2	Faradella Harum Prasetyo, Moch Khoirul Anwar (2021)	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Pada Masyarakat Muslim Kabupaten Tulungagung	Kuantitatif, deskriptif, analisis inferensia, sample konvenienci sampling dan kuisioner	<ul style="list-style-type: none"> - Labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dan pembelian produk air minum dalam kemasan pada masyarakat muslim Kabupaten Tulungagung - Hendaknya uamt muslim Kabupaten Tulungagung memperhatikan kehalalan produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika
3	Nurul Lisani (2018)	Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Produk-Produk Konsumsi Terhadap Preferensi Konsumsi Pada Mahasiswa FEB USU	Uji korelasi spearman rank, uji validitas, realibilitas, asosiatif, primer dan sekunder	<ul style="list-style-type: none"> - Dengan adanya labelisasi halal pada produk konsumsi pada mahasiswa muslim FEB USU semakin tinggi kecenderungan mahasiswa memilih mengkonsumsi produk tersebut - Jawaban positif

				responden terhadap labelisasi halal adalah pernyataan bahwa produk yang memiliki label halal memberikan keamanan bagi konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk
4	Maryani et al. (2020)	Sertifikasi Halal Produk Air Minum Dalam Kemasan Menurut Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal	Kualitatif, sosiologis / empiris, observasi, wawancara dan dokumentasi	<ul style="list-style-type: none"> - Kinerja Kementerian Agama BPJPH melakukan registrasi pengajuan permohonan sertifikat halal dan penerbitan sertifikat halal - LPPOM melakukan penelitian, pengkajian dan pemeriksaan terhadap produk pangan, obat-obatan dan kosmetika - MUI menetapkan kehalalan atau ketidakhalalan suatu produk serta aspek syariah lainnya.

5	Ahda Segati (2018)	Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan	Kuantitatif, regresi linear berganda	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat pengaruh simultan variabel sertifikat halal, kualitas produk dan harga berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan aqiqah catering Nurul Hayat Yogyakarta
6	Zakiya Ulin Nukha, Rini Rahayu Kurniati, Ratnanikin Hardati (2021)	Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Studi Pada Konsumen Produk Herbal HPAI Di Kecamatan Ponco Kusumo	Kuantitatif, kuisioner, analisis path	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat pengaruh simultan variabel sertifikasi halal, harga, kualitas produk dan keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen - Secara parsial terdapat pengaruh antara variabel sertifikasi halal dan kualitas produk baik terhadap kepuasan konsumenn maupun keputusan pembelian

				<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat variabel mediasi, namun pada variabel harga tidak terdapat pengaruh parsial maupun variabel mediasi
7	Eka Dyah Setyaningsih, Sofyan Marwansyah (2019)	The Effect of Halal Certification and Halal Awareness Through Ineterst in Decisions on Buying Halal Food Product	Teknik analisis, sem, kuesioner denagn skala likert	<ul style="list-style-type: none"> - Pengaruh sertifikasi halal terhadap minat konsumen berpengaruh positif - Sertifikasi halal berpengaruh terhadap minat konsumen dalam mengkonsumsi produk makanan secara positif - Pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan konsumen dalam mengonsumsi produk makanan halal, berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen - Responden

				<p>yang menggunakan produk makanan halal di daerah Jakarta Selatan dan Bogor sebesar 54% untuk wanita, 46% untuk pria</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pria dan wanita sangat memperhatikan keputusan menggunakan makanan produk halal
8	Dano Apriansya (2021)	<p>Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetika Wardah Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu</p>	<p>Sampel menggunakan rumus slovin kuesioner, data regresi berganda</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian - Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian - Serta kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

D. Kerangka Pemikiran

Dari penjelasan diatas, maka kerangka pemikirannya adalah sebagai berikut :

Tabel 0.5
Kerangka Pemikiran



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahmad Konoras, *Jaminan Produk Halal di Indonesia Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok : Rajawali pers, 2017
- Ahmad Miru, Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Rajagrafindo Persada 2015
- Abuzar Asra, Slamet Sutomo, *Pengantar Statistik 2*. Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2014
- Adiwarman A.Karim, *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta : Rajagrafindo Persada 2012
- Adiwarman A.Karim, *Ekonomi Mikro Islam Edisi 3*. Jakarta: Rajagrafindo Persada 2017
- Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*. Jakarta Timur : Prenada Media Group, 2019
- A. Khumedi Ja'far, *Hukum Perdata Islam di Indonesia Aspek Hukum Keluarga dan Bisnis*. Surabaya : Gemilang, 2018
- Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2018
- Anton Setiabudi, Endang Suarsini, Umie Lestari, “*Higienitas Sanitasi Pengolahan Air Minum Isi Ulang Rumahan di Kabupaten Lampung Timur dan Kota Metro*”, *Jurnal Perekonomian Penelitian dan Pengembangan* (2018), Vol.3, No.7, Tahun 2018
- Abdul Azis Dahlan, *Ensiklopedia Hukum Islam Cet.1*. Jakarta : Ikhtiar Baru Van hoeve, 1996
- Ahda Segati, “*Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan.*” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* (2018).Vol.3, No.2, Tahun 2018

- Anwar M.K, Fahrullah, A Ridwan, A.A, “*The Problem Of Halal Cerification For Food Industry in Indonesia*”, *International Jurnal of Civil Engineering and Technology (IJCIET)*. (2018)
- Arum Wahyuni Purbohastuti, Asmi Ayuning Hidayah “*Meningkatkan Minat Beli Celebrity Endorses*”, *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 04, No.01, Juni 2020 P-ISSN 2580-4928
- Buchari Alma, *I Managemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : : Alfabeta, 2016
- Baziety Aditya Darmawan, “*Evaluasi Pengendalian Kualitas Air Minum Pada Depot Air Minum Isi Ulang di Kabupaten Yogyakarta*” *Journal Hasanah* (2011). Vol.IV, No.1
- Bayu Rochmanto, Ibnu Widiyanto “*Pengaruh Pengetahuan Produk dan Normareligus Terhadap Sikap Konsumen Dalam Niat Mengkonsumsi Produk Makanan dan Minuman Halal, Studi Kasus di Kota Semarang,*” *Diponegoro Jurnal Of Manajemen* (2015).Vol.4, No.1, Tahun 2015
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2018
- Dedi Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya, 2018
- Dano Apriansya, “*Pengaruh sertifikasi Halal, harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu*” *Jurnal Skripsi Manajemen* (2012) <http://repo.umb.ac.idtahun2012>
- Debbi Nukeriana, ”*Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan di Kota Bengkulu*” *Jurnal Qiyas* (2018). Vol.3, No.1, Tahun 2018
- Endang Tjiroresmi, Diah Setiari Suhodo, *Peluang Usaha Dipasar Global*. Jakarta:Lipipress, 2014
- Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, Yogyakarta : Andi Offset, 2013

- Eka Diyah Setyaningsih, Sofyan Marwansyah, “*The Effect Of Halal Certification and Halal Awareness Through Interest in Decisions on Buying Halal Food Product*”, *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking* (2019) E-ISSN-2598-0955 Vol.3, No.1, Tahun 2019
- Fandy Tjitono, *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Esensi & aplikasi*. Yogyakarta : Andi Offset, 2016
- Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti, “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen, Studi Pada Warung Makan Bebek Gendut semarang*”, *Diponegoro Journal of Manajement* (2013) Vol.2, No.3, ISSN 2337-3992. Tahun 2013
- Fandy Tjiptono, Gregorius Candra, *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset, 2012
- Faradella Harum Prsetyo, Moch. Khoirul Anwar, “*Pengaruh Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum dalam Kemasan AMDK Pada Masyarakat Muslim Kabupaten Tulung Agung*,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* (2021). E-ISSN-2686-620x, Vol.4, No.01, Tahun 2021
- Fandy Tjiptono, *Brand Manajement & Strategy*. Yogyakarta : Andi Offset, 2005
- Fandy Tjiptono, *Manajement & Strategy Merek*. Yogyakarta : Andi Offset, 2011
- Farid Wadji, *Jaminan Produk Halal di Indonesia, Urgensi Sertifikasi dan Legalitas Halal*. Depok : Rajawali pers, 2019
- Fadhlan Mudhafier, A.F Wibisono, *Makanan Halal Kebutuhan Umat dan Kepentingan Pengusaha*. Jakarta : Zakia Press, 2005
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*. Jakarta :Rajawali pers, 2013

- Hendy Mustiko Aji, *Manajemen Pemasaran Syariah, Teori dan Praktek*. Yogyakarta : UPP STIM YKPM, 2019
- Hasan Aedy, *Etika Bisnis Islam Teori dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta, 2011
- Hayyunn Durrotul Faridah, “*Sertifikasi Halal di Indonesia, Sejarah, Perkembangan, dan Implementasinya*”, *Journal of Halal and Research* (2019). Vol.2, No.2, Tahun 2019
- Haslinda Hasan, “*Studi on Awareness and Perception Toward Halal Foods Among Muslim Students in Kota Kinabalu , Sabah*”, *Proceedings of the Australia-Midle East Conference on Business and Social Sciences* (Dubai, 2016)
- Heri Afandi, Muhammad Zaki, Azmeri, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirtomonfase Kabupaten Aceh Utara*”, *Journal (Teknik Sipil Universitas Syiah Kuala* (2017). Vol. 6, No. 3, Tahun 2017
- Iwan Triwuyono, *Akuntansi Syariah Perspektif, Metodologi dan Teori, Edisi 2*. Jakarta : Rajagrafindo, 2012
- Imam Gunawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Teori dan Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara, 2015
- Imam Masykoer Alie, *Buku Pedoman Strategi Kampanye Sosial Produk Halal*. Jakarta : Ditjen Bimas dan Penyelenggaraan Haji Depag RI, 2003
- Imam Mundziri, *Ringkasan Hadis Shoheh Muslim*. Jakarta : Pustaka Amani, 2003
- Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontenporer*. Bogor : Ghalia, 2012
- Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis*. Jakarta : Erlangga, 2014
- John L. Esposito, *Ensiklopedia Oxford Dunia Modern Islam*. Bandung ; Mizan, 2002

- Joko Purwanto, *Komunikasi Bisnis Edisi Kelima*. Jakarta : Erlangga, 2019
- Juniwati, “*Kesadaran Halal dan Religius Individu Dalam Keputusan Pembelian Makanan*”, *Jurnal Of Halal Product and Research* (2019). Vol.2, No.1, Tahun 2019
- Juhaya S.Pradja, *Ekonomi Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2012
- Julianti Lu Ni, “*Pengaruh Suasana Toko Store Atmosphere Terhadap Minat Beli konsumen Pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Paadina*”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi* (2014).Vol.4, No.01, Tahun 2021
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 3 Juz 7-9.1* Jakarta : Sinergi Pustaka
- K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius, 2013
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 1 Juz 1-3*. Jakarta : Sinergi Pustaka Indonesia, 2012
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 2 Juz 4-6*. Jakarta : Sinergi Pustaka Indonesia, 2012
- Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI, Badan Pembinaan Hukum Nasional Jakarta, *Tim Pengkajian Tentang Peran Serta Masyarakat Dalam Pemberian Informasi Produk Halal*. Jakarta : 2011
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 5 Juz 13-15*. Jakarta : Sinergi Pustaka Indonesia, 2012
- Kholis Amalia Novianti, Siti Nurindah Rofiqoh, “*Kesadaran dan Logo Halal Apakah Menentukan Minat Beli, Studi Pada Praktisi Bisnis UMKM di Gresik*”. *Journal of Halal Research*, Vol.2, No.1, Tahun 2019 H.17.E-ISSN-2654-9778;P-ISSN: 2654-9409
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosda Karya, 2016
- M. Said, *Tarjamah Al-Qur'an Al-Karim*. Bandung : Al-Ma'Arif, 1987

- M. Koeswardhani, ”*Dasar-dasar Teknologi Pangan*”, Pedia Ilmu, 6 Januari 2020 <https://pediailmu.com>
- May Hariyanti, , ”*Prosedur Pengumpulan Data Kualitatif*” Tahun 2015 <https://www.compasiana.com>
- M. Prawiro, “*Pengertian Data, Definisi, Fungsi, dan Jenis-jenis Data*”. Tahun 2019 <https://www.maxmanroe.com>
- Moh. Nazir, *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia, 2017
- M.B. Miles & A.M. Huberman, “*Quality Data Analisis*”. Beverly Hills California: Sage Publication Inc., 1984
- Maris Wahidatul’Ailah, “*Pemahaman Konsep Halal dan Halal Awareness Dalam Perilaku Konsumen Muslim Breatdalk di Surabaya*”, Tesis (2021), Tahun 2021
- Manuel G. Velasques, *Etika Bisnis Konsep dan Kasus Edisi 5*. Yogyakarta : Andi Offset, 2005
- Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta : Andi Offset, 2007
- Maryani et al., “*Sertifikasi Halal Produk Air Minum Dalam Kemasan Menurut Undang-undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal*”, *Disertai Ilmu Syariah* (2020), <http://repository.uinjambi.ac.id> Tahun 2020
- Nailul Huda, Hamim HR, Habibi, *Tausyeh Syarah Fath Al-Qorib Jilid 2*. Kediri, Santro Salaf Press, 2021
- Nur Chamid, *Jejak Langkah sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Yogyakarta : Pustaka pelajar, 2017
- Najmudin, *Manajemen Keuangan dan Aktualisasi Syar’iyyah Modern*. Yogyakarta : Andi Offset, 2011
- Nurahmi Hayati, “*Pengaruh Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan oleh Ibu Rumah Tangga Muslim di Pekan Baru*”, *Jurnal Al-Amwal* (2019), Vol.8, No.01, Tahun 2019

- Nailul Huda, Hamim HR, Habibi, *Tausyeh Syarah Fath Al-Qorib Jilid 1*. Kediri : Santri Salaf Press, 2021
- Nur Hendra Fatma, Mukhamad Najib, Muhammad Yazid, “*Pengaruh Interpretasi Konsumen Dalam Bauran Pemasaran Syari’ah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen, Studi Kasus Produk Sampo Sari Ayu Hizab PT. Martina Berto Tbk. Martha Tilaar*”, *Journal Ilmiah Ekonomi Islam* (2019), ISSN:2447-6157:E-ISSN 2576-6534, Tahun 2019
- Nor Laila, Irvan Tarmizi, “*Pengaruh Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan di Food Courd UMJ*”. *Journal Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 10-11 Desember 2020 Journal homepage :<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/knema> ISSN : 2776-1117 (Media Online)
- Nurul Lisani, “*Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Produk – produk Konsumsi Terhadap Preferensi Konsumsi Pada Mahasiswa Muslim FEB USU*”, *Skripsi Universitas Sumatera Utara* (2018). Tahun 2018
- Paulus Kurniawan, Made Kembar Sri Budi, “*Pengantar Ekonomi Mikro&Makro*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015
- Pasca Sarjana UIN Raden Intan Lampung, *Buku Pedoman Penulisan tesis dan Disertasi*. Lampung : 2019
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerjasama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*. Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2015, Peraturan Menteri Agama Nomor 20 Tahun 2021 Tentang Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil. <https://sehati.halal.go.id> 14 September 2021
- Philip kolter, Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta : Erlangga, 2019

- Premi Wahyu Widyaningrum. “*Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan dan Selebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi, Sebagai Mediasi, Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo,*”, *Capital Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vil.2, No.2, Maret 2019
- Philip Kolter, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta : Erlangga, 2009
- Robert J. Kodoatie, Roestam Sjarif, *Tata Ruang Air*. Yogyakarta : Andi Offset, 2010
- Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta : Rajawali Grafindo Persada, 2016
- Rosmawati, *Pokok-pokok Perlindungan Konsumen*. Depok : Prenada Media Group, 2018
- Rully Indrawan, R.Poppy Yaniawati, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan*. Bandung : Refika Aditama, 2017
- Rio Agung Satria, Anak Fajar Sidik, Mohammad Didit Saleh, “*Pengantar Data*” Tahun 2019 <https://wageindikator-dataakademi.org>
- Rifa Yendi Fauzir, “*Pelaksanaan Peraturan Pengisian Ulang Air Minum Dalam Kemasan di Kota*”, *Journal jom Fakultas Hukum* (2015). Vol.11, No.1, Tahun 2015
- Ralang Hartati, “*Peran Negara Dalam Pelaksanaan Jaminan Produk Halal*”, *Journal Hukum*. Vol.10, No.1, Tanpa tahun
- Ryan Muhammad, “*Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam*”, *Ekonomi Syariah* (2019) Universitas Darussalam Gontor, Tahun 2019 <http://hes.unida.gontor.ac.id>
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi, Mixed Methods*. Bandung : Alfabeta, 2017
- Suhrawardi K.Lubis, Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta : Sinar Grafika, 2014

- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta, 2011
- Siti Khayisatu Zahro, Nur Istikomah , “ *Program Sehat Kemudahan Pelaksanaan Sertifikasi Halal Bagi UMK*”, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah*, Vol.3, No.2, Oktober 2021 P-ISSN : 2685-2802 E-ISSN : 2715 -369X
- Suharsimi Ari Kunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta, 2013
- Sugiyono, *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta, 2017
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta, 2018
- Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Bandung : Alfabeta, 2016
- Syafrida, “*Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-hak Konsumen Muslim*”, *Journal hukum*. Vol.7, No.2, tanpa tahun
- Saiful Anwar, *Pengantar Falsafah Ekonomi dan Keuangan Syariah*. Depok : Raja Grafindo Persada, 2018
- Tim Dosen Kewarganegaraan, *Modul Pendidikan Kewarganegaraan Untuk Mahasiswa*. Jakarta : Dikti, 2016
- Tommy Setiawan Ruslim, Mukti Raharjo, “*Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga Kualitas Pada Restoran Abuba Steak di Greenville*”. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* (2016), Vo. 2, No.01, Tahun 2016
- Undang-undang Jaminan Produk Halal, UU RI No. 33 Tahun 2014*. Jakarta : Sinar Grafika, 2015
- V. Wiratna Sujarweni, *Akuntansi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)*. Yogyakarta : Pustaka Baru, 2019

V. Wiratna Sujarweni, *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi Dengan SPSS*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2016

<https://halalmui.org>

Purs.Pringsewu.kab.go.id

