

Identifikasi Persepsi Perilaku Konsumen Tentang Produk Makanan Halal Di Kota Medan

Diwayana Putri Nasution, Annisa Ilmi Faried Lubis, Rahmad Sembiring
Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi

Abstract

Penelitian ini mengungkap pengaruh sikap, norma subyektif dan persepsi kontrol perilaku konsumen terhadap minat beli konsumen terhadap produk halal, yang berbasis pada Theory of Planned Behavior dari Ajzen (1991). Obyek penelitian yang dipilih adalah produk makanan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, yang sebelumnya dikenal sebagai produk yang telah mendapat sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), namun kemudian sampai dengan proses pengumpulan data ini dilakukan sertifikat halal tersebut tidak lagi tercantum dalam label kemasan produknya. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif yang menjelaskan tentang perkembangan industry halal khususnya di Kota Medan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif makanan halal terhadap minat beli konsumen muslim/ perilaku konsumen

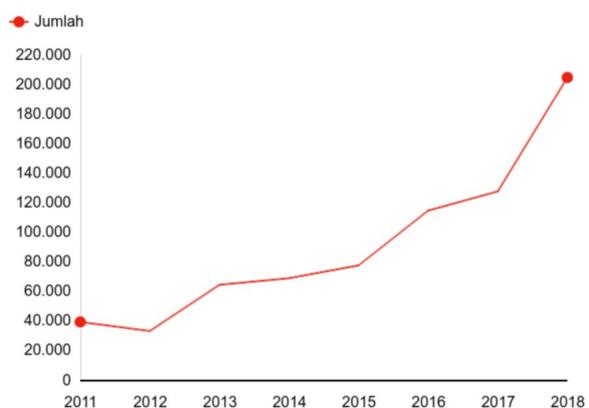
Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Makanan Halal, MUI

PENDAHULUAN

Populasi umat Muslim di seluruh dunia saat ini semakin mengalami peningkatan. Jumlah populasi muslim telah mencapai seperempat dari total populasi dunia dan diperkirakan akan meningkat 30% di tahun 2025 (Roberts 2010). Kondisi ini mendorong banyak negara mulai mengembangkan paradigma baru yang memberikan perhatian terhadap *halal product*, *halal treat*, dan sistem syariah. Hal ini menjadikan produk bersertifikat halal memiliki peluang pasar yang besar. Potensi pasar pangan halal global dapat tumbuh hingga 500 miliar USD di tahun 2010 (Dagha dalam Salman dan Siddiqui 2011). Jumlah pemeluk agama Islam juga terus bertambah seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan kemajuan teknologi yang juga turut andil dalam mendistribusikan berita dan informasi mengenai umat Muslim kepada masyarakat yang masih memeluk agama lain.

Agama Islam adalah agama yang sangat peduli pada segala aktivitas umatnya dan segala sesuatu yang menyangkut kehidupan manusia diatur sedemikian rupa. Segala jenis aspek kehidupan dipertimbangkan dari segi manfaat dan mudharatnya dan Islam telah memberikan petunjuk yang jelas bahwa segala sesuatu yang memberikan manfaat diperbolehkan hukumnya sementara segala sesuatu yang justru membawa mudhorot daripada membawa manfaat maka Islam melarangnya. Salah satu hal yang diatur dalam Islam adalah menyangkut makanan. Sebagaimana yang kita tahu bahwa makanan adalah salah satu hal yang sangat penting yang dibutuhkan oleh manusia setiap harinya. Makanan memberi energi bagi manusia dan juga berfungsi dalam menjaga kesehatan seseorang. Pepatah menyebutkan bahwa “Kamu adalah apa yang kamu makan”, tersebut benar adanya karena makanan dapat mempengaruhi kondisi kesehatan seseorang baik secara fisik maupun mental. Adapun dalam Islam seorang umat muslim atau manusia hanya diperbolehkan mengkonsumsi makanan halal saja dan harus menjauhi makanan yang diharamkan oleh Allah. Untuk mengetahui lebih lanjut tentang perkembangan makanan halal dari tahun ke tahun berikut dipaparkan jumlah produk yang bersertifikat halal MUI

Jumlah produk yang bersertifikat Halal MUI
Tahun 2011-2018



Source: HalalMui.org

BBG

Dari data di atas nampak bahwa industry produk halal mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahunnya. Dari sumber halalmui.org dapat dilihat bahwa produk-produk yang dilabeli halal mengalami peningkatan yang signifikan, khususnya produk makanan. Namun ditengah fenomena semakin tingginya sertifikat halal pada produk-produk olahan makanan, fenomena makanan yang tidak halal juga semakin merebak. Begitu banyak beredar tentang makanan sehari-hari yang ternyata diklaim tidak halal. Bahkan oleh-oleh khas dan makanan khas dari Medan sering disebut-sebut sebagai makanan yang tidak bersertifikat halal dan diragukan kehalalannya. Oleh karena fenomena ini penulis tertarik untuk memaparkan bagaimana persepsi konsumen terhadap permintaan produk halal di Kota Medan.

TINJAUAN PUSTAKA

Defenisi makanan Halal Menurut Departemen Agama, Menurut buku petunjuk teknis yang mengatur sistem produksi makanan halal dan diterbitkan oleh Departemen Agama Islam negara Indonesia menyebutkan bahwa makanan halal adalah barang yang dimaksudkan untuk dimakan atau diminum manusia dan serta bahan yang digunakannya adalah halal serta memiliki dasar hukum makanan halal. Hal tersebutlah yang menandai bahwa Allah dengan jelas mengatur apa yang dapat dikonsumsi oleh manusia berdasarkan manfaatnya dan mengharamkan segala sesuatu yang mendatangkan mudhorot atau akibat buruk bagi yang memakannya. Makanan pada dasarnya adalah halal sampai ada dalil yang menyebutkan bahwa makanan tersebut haram hukumnya untuk dikonsumsi. Melihat makna tersebut maka sebenarnya jangkauan halal dalam hal makanan adalah sangat luas karena bumi ini diciptakan oleh Allah dengan segala sesuatunya termasuk hewan dan tumbuhan yang merupakan sumber makanan bagi manusia. Beberapa ayat dalam al-quran menyebutkan tentang Ketentuan makanan halal dan perintah untuk mengkonsumsi makanan halal dan menjauhi makanan haram, diantaranya adalah ayat-ayat berikut ini

Al Baqarah 29

Dalam surat Al Baqarah ayat 29 Allah SWT menyebutkan bahwa segala sesuatu yang diciptakan di muka bumi adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia.

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ ۗ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

“Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu.”

Dalam ayat lain disebutkan:

Al Maidah 88

Allah berfirman dalam surat Al maidah ayat 88 bahwa Allah telah memerintahkan pada manusia untuk makan makanan halal saja.

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang telah Allah rezekikan kepadamu dan bertaqwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada Nya.”

Kategori Makanan Halal

Adapun makanan halal dalam Islam dikenal dalam beberapa kategori dan seluruh kategori tersebut harus dipenuhi agar makanan layak dikatakan sebagai makanan halal Adapun kategori dan hal-hal tersebut antara lain:

1. Halal zatnya

Hal pertama yang harus diperhatikan dalam penentuan kehalalan suatu makanan adalah zat nya atau bahan dasar makanan tersebut misalnya makanan yang berasal dari binatang maupun tumbuhan yang tidak diharamkan oleh Allah. Adapun jika dalam makanan disebut terkandung zat atau makanan yang tidak halal maka status makanan yang tercampur tersebut adalah haram dan tidak boleh dikonsumsi oleh umat Islam.

2. Halal cara memperolehnya

Pada dasarnya semua makanan adalah halal dan apabila zatnya halal maka makanan dapat menjadi haram tergantung bagaimana cara memperolehnya. Makanan halal dapat menjadi haram apabila diperoleh melalui hasil mencuri, melakukan perbuatan [zina](#) (baca [cara bertaubat dari zina](#) dan [amalan penghapus dosa zina](#)), menipu, hasil [riba](#) (baca [hukum riba dalam islam](#) dan [bahaya riba dunia akhirat](#)) dan maupun korupsi dan lain sebagainya.

3. Halal cara memprosesnya

Kategori halal yang harus dipenuhi selanjutnya adalah cara memproses makanan tersebut. Apabila makanan sudah diperoleh dengan cara halal, dengan bahan baku yang halal pula, jika makanan tersebut diproses dengan menggunakan sesuatu yang haram misalnya alat masak yang bekas digunakan untuk memasak makanan haram atau bahan-bahan lain yang tidak diperbolehkan atau diharamkan untuk dikonsumsi maka makanan tersebut bisa menjadi haram.

4. Halal cara menyajikan, mengantarkan serta menyimpannya

Kategori halal yang terakhir adalah bagaimana makanan tersebut disimpan, diangkut dan disajikan sebelum akhirnya dikonsumsi. Ketiga proses tersebut dapat mengubah status makanan dari halal menjadi haram misalnya jika makanan disajikan dalam piring yang terbuat dari emas maupun disimpan bersamaan dengan makanan dan diantar untuk tujuan yang tidak baik.

Konsep perilaku konsumen

Terdapat dua macam teori perilaku dalam ekonomi mikro, yaitu teori Kardinal dan teori ordinal. Kajian Teori mikro ekonomi dapat menjelaskan perilaku konsumen dengan tingkat permintaan terhadap komoditas untuk konsumsi individu dengan menggunakan *Rational Choice Theory*, yang juga dikenal sebagai *Choice Theory* atau *Rational Action Theory* (Becker, dan Murphy, 2001), teori ini merupakan kerangka kerja untuk memahami pemodelan perilaku sosial dan ekonomi serta sebagai paradigma teoritis utama mikroekonomi. Secara luas digunakan sebagai asumsi tentang perilaku individu dalam model mikroekonomi. Menurut Green, (2002) *Rational Choice Theory* adalah sama dengan rasionalitas instrumental, yang melibatkan mencari biaya yang paling efektif berarti untuk mencapai tujuan tertentu tanpa merefleksikan kelayakan tujuan itu. Ide dasar dari *rational choice theory* adalah bahwa pola-pola perilaku dalam masyarakat mencerminkan pilihan yang dibuat oleh individu ketika

mereka mencoba untuk memaksimalkan manfaat dan meminimalkan biaya mereka. Dengan kata lain, orang membuat keputusan tentang bagaimana mereka harus bertindak dengan membandingkan biaya dan manfaat dari program yang berbeda dari tindakan. Akibatnya, pola perilaku dalam masyarakat akan mengembangkan hasil dari pilihan-pilihan. Namun, teori konsumsi tidak dapat menjelaskan perilaku konsumen dalam membeli produk dan

Teori utilitas kardinal dengan asumsi yang telah disebutkan, mencoba menganalisis ekuilibrium atau keseimbangan konsumen (equilibrium of consumer) antara marginal utilitas seorang konsumen dengan tingkat harga barang yang berlaku di pasar (Reksoprayitno, 2000) yang hanya dapat dijelaskan secara akademis dengan menggunakan 'analisis eksperimental perilaku' atau "analisis perilaku". Selain itu, pendekatan yang biasa digunakan dalam penelitian konsumen dan pemasaran untuk menjelaskan dan memprediksi perilaku konsumen banyak menggunakan pendekatan-pendekatan kognitif melalui lingkup dan prosedur tertentu (Foxall, 2001). Menurut Engel *et al.* (2001) *consumer behavior* adalah suatu aktivitas yang secara langsung dalam memperoleh, mengkonsumsi, dan membuang produk dan jasa, termasuk pengambilan keputusan yang mendahului atau mengikuti tindakan ini. Perilaku konsumen memfokuskan untuk memahami dan memprediksi perilaku konsumen dan menemukan penyebab dampak hubungan dari kegiatan yang persuasif sedangkan menurut *American Marketing Association* perilaku konsumen sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar kita di mana melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka (<http://www.marketingpower.com/Community/ARC/Pages/Teaching/Media/ConsumerBehavior.aspx>). Model Perilaku konsumen seperti Model Engel, Kollat, dan Blackwell (EKB) menggambarkan dengan jelas bagaimana seseorang melakukan pembelian, mulai timbulnya kebutuhan sampai akhir pembelian yaitu penilaian setelah pembelian. Model ini didasarkan pada proses pengambilan keputusan konsumen. Tahap dasar dari proses pembelian menurut model ini adalah motivasi, pengamatan, dan proses belajar. Kemudian diteruskan dengan pengaruh dari kepribadian, sikap dan perubahan sikap bekerja bersama pengaruh aspek sosial dan kebudayaan setelah itu sampailah pada tahap proses pengambilannya keputusan konsumen. Enggel, *et al.* (2001) mengatakan bahwa mempelajari perilaku konsumen adalah hampir sama dengan mempelajari perilaku manusia

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini merupakan suatu kegiatan ilmiah, yang didasarkan pada metode, sistematika dan pemikiran tertentu yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu dengan cara menganalisisnya. Metode penelitian terhadap permasalahan yang akan dibahas, memerlukan metode yang terstruktur untuk memberikan informasi yang sesuai terhadap aspek keilmuan yang kemudian mudah dipahami publik secara umum. Berdasarkan pada permasalahan dan pokok bahasan dalam penelitian ini, maka tipe penelitian yang digunakan adalah tipe deskriptif. Tipe penelitian deskriptif yaitu bersifat pemaparan dan bertujuan untuk memperoleh gambaran lengkap tentang keadaan dan pada saat tertentu atau mengenai gejala yuridis yang ada atau peristiwa hukum yang terjadi di masyarakat dan di dalam tipe penelitiannya, Penelitian ini merupakan fasilitas untuk menambah pengetahuan dan memperkuat ilmu pengetahuan. Menurut teori di atas, bahwa tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif yaitu tipe penelitian digunakan untuk menggambarkan secara jelas, rinci dan sistematis tentang kriteria makanan kemasan yang halal, syarat dan prosedur sertifikasi halal produk pangan serta pengawasan BPJPH. Sumber data adalah tempat atau asal data itu diperoleh. Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data normatif

yang bersumber dari peraturan perundang-undangan dan literatur-literatur terkait yang menjadi tolak ukur terapan. Data sekunder terdiri dari:

1. Bahan hukum primer meliputi:
 - a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
 - b. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan;
 - c. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal;
 - d. Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia 924/Menkes/SK/VIII/1996 tentang perubahan atas Keputusan Menteri Kesehatan RI No.82/Menkes/SK/I/1996 tentang Pecantuman Tulisan Halal pada Label Makanan;
 - e. Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 4 Tahun 2003 tentang Standarisasi Fatwa Halal
2. Bahan hukum sekunder yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer berupa bahan hukum atau literatur-literature yang menjelaskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian meliputi buku-buku ilmu hukum serta data-data yang diperoleh dari tempat kejadian.
3. Bahan hukum tersier adalah Bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder seperti internet, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dan buku penelitian hukum

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini akan mengkaji dan menelaah ketentuan-ketentuan normatif empiris sebagai sumber hukum menangani masalah pangan dan sertifikasi khususnya dalam masalah sertifikasi halal produk pangan. Ketentuan normatif yang dimaksud adalah Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia 924/Menkes/SK/VIII/1996 tentang perubahan atas Keputusan Menteri Kesehatan RI No.82/Menkes/SK/I/1996 tentang Pecantuman Tulisan Halal pada Label Makanan, Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 4 Tahun 2003 tentang Standarisasi Fatwa Halal dan peraturan perundang-undangan lain yang terkait serta didukung literatur, dan dokumen. Sedangkan penelitian empiris adalah pemberlakuan atau implementasi ketentuan normatif dalam praktik proses sertifikasi halal sebagai sahnya produk pangan dinyatakan halal bagi konsumen.

Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan jenis data yang digunakan adalah data sekunder, maka metode pengumpulan data yang dipergunakan sebagai berikut Studi Pustaka (*Library Research*) yaitu pengkajian informasi tertulis mengenai hukum yang berasal dari berbagai sumber dan dipublikasikan secara luas serta dibutuhkan dalam penelitian.

HASIL PENELITIAN

Pembahasan

Terdapat banyak faktor-faktor yang bisa mempengaruhi minat pembelian konsumen yang berhubungan dengan produk halal. Diantaranya pada penelitian ini adalah dilihat dari persepsi sertifikasi halal, kesadaran halal dan penggunaan bahan makanan. Penjelasan mengenai persepsi perilaku konsumen adalah sebagai berikut:

Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli

Pada analisis persepsi permintaan konsumen, sertifikat halal sangat berpengaruh terhadap permintaan masyarakat dalam membeli suatu barang. Misalnya saja, keinginan seseorang untuk membeli suatu barang akan berkurang ketika tidak terdapat label halal dari MUI. Masyarakat pada umumnya sudah terbiasa untuk mengecek tanda halal pada suatu produk tertentu, misalnya mie instan, jajanan, dan lain sebagainya. Pada penelitian lain disebutkan

bahwa Variabel sertifikasi halal dinyatakan berpengaruh signifikan yang Hal ini berarti bahwa sertifikasi halal yang dimiliki tiap konsumen memiliki peranan penting terhadap minat beli perilaku konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa variabel sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap minat beli. Minat beli dipengaruhi oleh sertifikasi halal. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Aziz dan Vui (2012) yang berjudul *“The Role of Halal Awareness, Halal Certification and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach”*. Penelitian tersebut menemukan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap minat pembelian produk halal

Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Minat Beli

Kesadaran halal sudah semakin marak dan disadari oleh masyarakat muslim pada masa sekarang ini. Berita-berita yang banyak menampilkan produk-produk tidak halal menjadi bukti bahwa kesadaran halal masyarakat muslim semakin meningkat. Pada penelitian yang lain disebutkan bahwa Variabel kesadaran halal dinyatakan signifikan yang Hal ini berarti bahwa kesadaran halal yang dimiliki tiap konsumen memiliki peranan penting terhadap minat beli, variabel kesadaran halal berpengaruh positif terhadap minat beli. Minat beli dipengaruhi oleh kesadaran halal. Hal tersebut sesuai dengan Penelitian yang dilakukan oleh Yunus, Rashid, Ariffin, dan Rashid (2014) berjudul *“Muslim’s Purchase Intention towards Non-Muslim’s Halal Packaged Food Manufacturer”*. Penelitian tersebut menemukan bahwa *halal awareness* (kesadaran halal) mempengaruhi minat pembelian konsumen muslim pada produk halal.

Pengaruh Bahan Makanan terhadap Minat Beli

Bahan makanan berpengaruh penting dalam memberikan petunjuk tentang haram dan halal suatu barang. Ingredients atau komposisi yang menampilkan bahan makan bisa memudahkan konsumen untuk meneliti apakah produk makanan yang akan dibeli memiliki unsur haram atau tidak. Penelitian menunjukkan bahwa variabel bahan makanan dinyatakan signifikan. Hal ini berarti bahwa komposisi bahan yang terkandung dalam produk memiliki peranan penting terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa variabel komposisi makanan berpengaruh positif terhadap minat beli. Minat beli dipengaruhi oleh komposisi makanan. Hal tersebut sesuai dengan teori Yunus, Rashid, Ariffin, dan Rashid (2014) berjudul *“Muslim’s Purchase Intention towards Non-Muslim’s Halal Packaged Food Manufacturer”*. Penelitian tersebut menemukan bahwa bahan makanan yang terdapat dalam produk mempengaruhi minat beli konsumen muslim pada produk halal.

Analisa hukum terhadap sertifikasi serta label halal pada makanan kemasan yakni pemerintah melalui LPPOM serta Fatwa MUI mewajibkan produsen/pelaku usaha untuk melakukan pendaftaran sertifikasi makanan kemasan serta label halal sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan dan Fatwa MUI Nomor 4 Tahun 2003 tentang Standarisasi Fatwa Halal. Hal ini sesuai dengan alasan hukum dalam syariat Islam bahwa kehalalan suatu produk makanan merupakan sebuah kewajiban yang harus dipenuhi dan untuk melindungi konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal. Label halal merupakan hak konsumen muslim yang harus mendapat perlindungan dari negara, karena konsumen muslim berhak memperoleh jaminan produk makanan dan minuman yang halal, dan berhak atas rasa aman dan nyaman untuk mengonsumsi produk makanan dan minuman yang halal serta menghindari keraguan produk terindikasi dari hal-hal yang diharamkan sesuai syariat Islam. Pendaftaran label halal pada makanan kemasan di Kota Medan ditinjau dari Hukum Islam adalah sebagai wujud pelaksanaan syariat Islam karena ummat Islam diwajibkan mengonsumsi makanan atau minuman yang jelas

kehalalannya sebagaimana diperintahkan oleh Allah SWT dalam Al Qur'an dan diperintahkan oleh Nabi Muhammad SAW dalam hadits. Allah memerintahkan kepada orang yang beriman untuk memakan makan yang halal dan mengharamkan bangkai, darah, daging babi, daging hewan yang disembelih tidak menyebut nama Allah, kecuali jika terpaksa dan tidak melampaui batas. Makanan kemasan yang halal dalam konteks ini adalah tidak mengandung unsur atau barang yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam baik yang menyangkut bahan baku makanan itu sendiri, bahan tambahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan yang pengelolaannya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah:

- 1 Variabel sertifikasi halal berpengaruh positif signifikan terhadap variabel persepsi permintaan konsumen di Kota Medan.
- 2 Variabel kesadaran halal berpengaruh positif signifikan terhadap variabel persepsi permintaan konsumen di Kota Medan.
- 3 Variabel bahan makanan berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi permintaan konsumen di Kota Medan.

Saran

Saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pelaku usaha disarankan untuk memperdagangkan suatu produk harus memiliki kesadaran niat yang baik tidak hanya mengejar keuntungan tapi harus mengindahkan ketentuan terkait dengan label halal. Hal ini penting dilakukan dalam rangka memenuhi hak-hak konsumen muslim untuk memperoleh produk makanan yang halal.
2. Pemerintah melalui Kementerian Agama diharapkan untuk meningkatkan sosialisasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Produk Jaminan 77 Halal kepada pelaku usaha dan masyarakat. Hal ini penting dilakukan mengingat semua produk yang beredar di masyarakat harus bersertifikat halal dan produk yang tidak halal harus diberikan tanda tidak halal pada kemasan produk sehingga lebih memberi jaminan perlindungan dan kepastian hukum hak-hak konsumen muslim terhadap produk yang halal sesuai syariat Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Henry. (2001). *Consumer Behaviour 6th Edition*. Yew York: Thompson Learning.
- CAP (2006). *Panduan Persatuan Pengguna Pulau Pinang : Halal Haram, Persatuan Pengguna Pulau Pinang, Malaysia*.
- Che Man Y., Sazili A.Q. (2010) Food Production from the Halal Perspective. In: Guerrero-Legarreta I., Alarcón-Rojo, A.D., Y. H. Hui, Alvarado C. *Handbook of Poultry Science and Technology*. 183- 216.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Golnaz, R., Zainal, A. M. & Mad-Nasir, S. (2012), Assessment of Consumers' Confidence on Halal Labelled Manufactured Food in Malaysia, *Social, Science. & Humanities*. 20 (1), 33 – 42.
- Golnaz, R., Zainal, A. M., Mad-Nasir, S. & Eddie-Chew, F. C. (2009). Concern of Halalness of Halal-Labelled Food Product among Muslim (*The*) Halal Journal

- (2008), "OIC eyes the USD580 billion global halal market", available at: www.halaljournal.com
- Indriantoro, Nur & Supomo, Bambang. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BBPE
- Jonathan A.J. Wilson, Jonathan Liu, (2011), "The Challenges of Islamic Branding: Navigating Emotions and Halal", *Journal of Islamic Marketing* (2), 28 – 42.
- Kettani, H. (2010) World Muslim Population. Proceeding of the 8th Hawaii International Conference on Arts and Humanities, Honolulu Hawaii
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2004), *Principles of Marketing*, (10th Ed), Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Lada, S., Tanakinjal, H. G., & Amin, H. (2009). Predicting Intention To Choose Halal Products Using Theory Of Reasoned Action. *International Journal Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), 66-76.
- Luthfi, B. A., & Imam, S. (2010). Marketing Impact Of Halal Labeling Toward Indonesian Muslim Consumer'S Behavioral Intention Based On Ajzen'S Planned Behavior Theory: Policy Capturing Studies On Five Different Product Categories. *Proceedings Of The Fifth*
- Nugroho, Bhuno Agung. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset