

Antara Label Halal Dengan Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Andi Fariana ^{1*}, Ahmad Lutfi Rijalul Fikri ²

¹ Perbanas Institute Jakarta, Indonesia

² STIS Darul Falah Pagutan Mataram NTB, Indonesia

✉ andi.fariana@perbanas.id*, luthfi2311@gmail.com

ABSTRACT

ARTICLE INFO

Article history:

Received

February 14 2022

Revised

May 15 2022

Accepted

June 20 2022

This study aims to examine the influence of halal labeling on consumer purchasing decisions in Indonesia, considering the rapid innovation in food products and the importance of information related to product halal status. Employing a qualitative descriptive method, this research explores relevant journals, compares findings, and analyzes pertinent regulations and fatwas. The results indicate that halal labels on products significantly influence purchasing decisions for both food and non-food products, such as cosmetics, with consumers feeling more secure and confident about the products' halal status. This study highlights the crucial role of government regulations and certification bodies like MUI and BPJPH in ensuring product halal compliance, providing guidance for producers to attract consumer interest through clear halal labelling.

Keywords: *Halal Label, Purchase Decision*

ABSTRAK

ARTICLE INFO

Article history:

Diterima

14 Februari 2022

Direvisi

15 Mei 2022

Diterima

20 Juni 2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen di Indonesia, mengingat pesatnya inovasi produk pangan dan pentingnya informasi terkait kehalalan produk. Menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini menelusuri jurnal-jurnal terkait, membandingkan hasil penelitian, serta menganalisis peraturan dan fatwa yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal pada produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, baik untuk produk pangan maupun non-pangan seperti kosmetik, dengan konsumen merasa lebih tenang dan yakin terhadap kehalalan produk. Penelitian ini menyoroti peran penting regulasi pemerintah dan lembaga sertifikasi seperti MUI dan BPJPH dalam memastikan kehalalan produk, serta memberikan panduan bagi produsen untuk menarik minat beli konsumen melalui pencantuman label halal yang jelas.

Kata Kunci: *Label Halal, Keputusan Pembelian*

Journal Homepage

<https://jurnal.stisdafapublikasi.com/index.php/TAFACQUH/index>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang sangat pesat memungkinkan munculnya inovasi-inovasi baru dalam produk (dalam hal ini produk pangan), selain itu juga akan melahirkan informasi yang sangat beragam berkaitan dengan produk tersebut. Hal ini bukan hanya menimbulkan berbagai kemudahan tetapi bisa jadi melahirkan ketidakjelasan dalam hal kehalalan suatu produk karena banyaknya produk yang tidak halal.¹ Sebagai panduan, Kementerian Agama telah mengeluarkan Keputusan Menteri Agama (KMA) Republik

¹ Yusuf Andriansyah, Rois Arifin, dan Afi Rachmat Slamet, "Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Racek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang)," *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 6, no. 02 (9 Agustus 2017), <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/439>.

Indonesia No. 518 Tahun 2001, tanggal 30 November Tahun 2001 tentang Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal, pada Pasal 1 berbunyi : pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam dan pengelolaannya tidak bertentangan dengan syariat Islam. Sementara pengertian Produk halal adalah produk yang memenuhi syariat kehalalan sesuai dengan syariat Islam, yaitu bahan yang tidak mengandung babi dan bahan yang tidak berasal dari babi, tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan (seperti bahan-bahan dari organ manusia dan kotoran-kotoran), semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut syariat Islam dan semua makanan dan minuman tidak mengandung khamar.²

Saat ini, masyarakat sudah sangat terbantu dalam memilih produk yang halal, karena di Indonesia sudah ada lembaga yang ditunjuk oleh negara untuk mengeluarkan sertifikasi halal sehingga dapat mengetahui dengan mudah apakah produk itu dinyatakan halal dengan melihat adanya label halal pada produk tersebut. Persoalannya adalah, apakah dengan adanya label halal telah menjadi penentu bagi konsumen untuk memutuskan membeli suatu produk atau tidak? Ini yang harus dikaji lebih jauh mengingat variasi produk dan informasi yang menarik mengenai berbagai produk tersebut merupakan hal yang tidak bisa diabaikan begitu saja.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Diawali dengan melakukan penelusuran atas berbagai jurnal yang berkaitan dengan topik kemudian melakukan perbandingan atas hasil penelitian yang ditemukan. Selanjutnya mengkaji Peraturan Perundang Undangan terkait (statute approach) dan menganalisisnya (juridis normative) untuk menemukan norma-norma hukum yang ada serta melakukan Analisa atas fatwa Majelis Ulama yang terkait dengan hal ini.

² A. Girindra dan Obat-Obatan dan Kosmetika (LP POM) Majelis Ulama Indonesia (MUI). Lembaga Pengkajian Pangan, *Pengukir Sejarah Sertifikasi Halal* (Jakarta: Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika (LP POM), Majelis Ulama Indonesia (MUI), 1998), <https://books.google.co.id/books?id=u3hIMwEACAAJ>.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Konsep halal sudah diterapkan di dalam kehidupan bermasyarakat karena kehalalan adalah indikator awal bagi konsumen muslim dalam mengkonsumsi produk.³ Halal berarti diizinkan (tidak dilarang oleh syara'), jika hal itu adalah makanan maka berarti sesuatu yang diperoleh atau diperbuat dengan sah, diperuntukkan bagi sesuatu yang baik dan bersih untuk dimakan atau untuk dikonsumsi oleh manusia menurut syariat islam. Allah telah menegaskan di dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 114:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ لَعِبَادٌ لَّهِ تَعْبُدُونَ

"Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah".

Selain itu, pengertian halal terdapat di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang menegaskan bahwa halal tidak hanya diperuntukkan bagi pangan tetapi juga produk lain selain pangan karena halal berarti membebaskan, melepaskan, memecahkan dan membolehkan dalam kaitan dengan hukum syara'. Pengertian ini dipertegas oleh Sucipto yang menyatakan bahwa halal berarti kebolehan memanfaatkan, memakan, meminum dan mengerjakan sesuatu yang kesemuanya ditentukan berdasarkan syara'⁴ yaitu segala obyek atau kegiatan yang diizinkan untuk digunakan atau dilaksanakan dalam agama Islam.⁵ Di dalam Al Quran Surat Al A'raf: 157 juga disebutkan:

وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ

"Dan Allah menghalalkan bagi mereka segala sesuatu yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk".

Jadi halal bukan soal pangan saja, namun bicara halal memang lebih banyak bicara soal pangan sebagaimana isyarat dari Al Quran surat An Nahl:114 di atas, dan soal kehalalan suatu produk pangan itu harus diperhatikan bukan hanya halal zatnya tetapi juga halal cara prosesnya dan halal cara mendapatkannya. Beberapa ayat di dalam Al Quran telah

³ Asy'arie Muhammad, "Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi dan Rasa terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang" (Thesis, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2018), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/41333>.

⁴ Sucipto Sucipto, "Halal Dan Haram Menurut Al-Ghazali Dalam Kitab Mau'idhotul Mukminin," *ASAS: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (14 Februari 2014), <https://doi.org/10.24042/asas.v4i1.1671>.

⁵ Sucipto.

menegaskan keharusan untuk memakan makanan yang halal. Antara lain di dalam QS Al-Maidah ayat 3: *Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi...* Kemudian di dalam surat Al-Baqarah ayat 168 juga menegaskan perintah untuk memakan makanan yang halal dan baik:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطَوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُبِينٌ

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”

Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dilakukan secara bebas atau tidak terikat hal-hal yang melarangnya,⁶ sedangkan label merupakan suatu hal yang penting di dalam suatu produk, karena di dalam label terkandung informasi mengenai produk tersebut. Menurut Stanton dan William⁷ label adalah bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau etiket (tanda pengenal) yang dicantumkan pada produk. Mereka membagi label menjadi tiga klasifikasi yaitu:

- a. *Brand Label*, yaitu merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan.
- b. *Descriptive Label*, yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi / pembuatan, perhatian / perawatan, dan kinerja produk, serta karakteristik-karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk.
- c. *Grade Label*, yaitu label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk (*product's judged quality*) dengan suatu huruf, angka, atau kata. Misal buah-buahan dalam kaleng diberi label kualitas A, B dan C.

Dalam buku Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal, disebutkan bahwa label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang diserahkan pada pangan, dimasukkan ke dalam,

⁶ Fadillah Lubis, “Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Masyarakat Kota Palembang” (Palembang, UIN Raden Fatah Palembang, 2017).

⁷ M.J. Etzel, B.J. Walker, dan W.J. Stanton, *Marketing* (McGraw-Hill/Irwin, 2007), <https://books.google.co.id/books?id=gFZKPgAACAAJ>.

ditempatkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan.⁸ Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 tahun 1999⁹ Pasal 1 butir 3 menegaskan bahwa label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan yang selanjutnya dalam Peraturan Pemerintah ini disebut label. Sedangkan Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.

Sebelum lahirnya Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang merupakan amanah dari UU Nomor 33 tahun 2014 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, lembaga yang diberi wewenang oleh Pemerintah dalam proses sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI).¹⁰ Sebelum UU Nomor 39 Tahun 2021 berlaku, untuk memperoleh label halal MUI dalam suatu produk, produsen harus melakukan sertifikasi halal terlebih dahulu. Sertifikasi halal adalah suatu proses pemeriksaan secara rinci terhadap kehalalan produk makanan, yang selanjutnya diputuskan kehalalannya oleh MUI. Sertifikasi halal secara definisi dijelaskan dalam panduan untuk memperoleh sertifikat halal yang dikeluarkan oleh MUI.¹¹ Sertifikat Halal MUI itu sendiri merupakan fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikasi Halal MUI pada produk pangan, obat-obatan, kosmetika dan produk lainnya dilakukan untuk memberikan kepastian status kehalalan, sehingga dapat menenteramkan batin konsumen dalam mengkonsumsinya. Majelis Ulama Indonesia adalah Lembaga Swadaya Masyarakat yang mewadahi ulama dan cendekiawan Islam di Indonesia untuk membimbing, membina dan mengayomi kaum muslimin di seluruh Indonesia. MUI¹² merupakan organisasi alim ulama dan bukan merupakan institusi milik negara, bahkan fatwa MUI bukan merupakan hukum negara yang bisa dipaksakan dan tidak memiliki

⁸ Mahwiyah, "Pengaruh lebelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen" (Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/3765>.

⁹ "Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 bertanggal 21 Juli 1999 tentang Label Halal dan Iklan Pangan," t.t.

¹⁰ Era Susanti, Nilam Sari, dan Khairul Amri, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)," *EKOBIS SYARIAH* 2, no. 1 (24 Juni 2021): 44–50, <https://doi.org/10.22373/ekobis.v2i1.10006>.

¹¹ Mahwiyah, "Pengaruh lebelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen."

¹² Andi Fariana, "Urgensi Fatwa MUI Dalam Pembangunan Sistem Hukum Ekonomi Islam Di Indonesia," *AL-IHKAM: Jurnal Hukum & Pranata Sosial* 12, no. 1 (6 Agustus 2017): 87–106, <https://doi.org/10.19105/al-lhkam.v12i1.1191>.

sanksi dan harus ditaati oleh seluruh warga negara. MUI sendiri memiliki lembaga yang bernama LPPOM (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika) yang bertugas untuk meneliti, mengkaji, menganalisa dan memutuskan apakah produk-produk pangan, obat-obatan dan produk kosmetika aman dikonsumsi baik dari segi kesehatan dan dari segi syariat Islam yakni boleh dan baik untuk dikonsumsi bagi umat muslim khususnya di wilayah Indonesia, selain itu memberikan rekomendasi, merumuskan ketentuan dan bimbingan kepada layanan masyarakat. Saat ini, LPPOM merupakan satu-satunya Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) sebelum ada Lembaga Pemeriksa Halal lain sebagaimana diputuskan oleh BPJPH berdasarkan Surat Keputusan Nomor 177 Tahun 2019 tentang Penetapan Lembaga Pengkajian Pangan dan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) Sebagai Lembaga Pemeriksa Halal (LPH).¹³

Perihal label halal, menurut UU Nomor 33 Tahun 2014 dan kemudian Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 dilanjutkan dengan diterbitkannya Keputusan Kepala BPJPH Nomor 40 tahun 2022 tentang logo halal baru, maka dalam proses sertifikasi halal terdapat tiga institusi yang terlibat yaitu Majelis ulama Indonesia (MUI), Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). LPH bertugas memeriksa kehalalan sebuah produk melalui cara ilmiah yaitu untuk memeriksa kandungan zat-zatnya sedangkan MUI dan BPJPH berbagi kewenangan yaitu MUI di wilayah agama, untuk menentukan kehalalan suatu produk menurut hukum Islam dan diputuskan melalui komisi fatwa yang ada (keputusannya berupa Ketetapan Halal), lalu BPJPH sebagai representasi Pemerintah melakukan dan memiliki kewenangan administratif untuk mengeluarkan sertifikasi halal atas dasar ketetapan halal yang ditetapkan oleh MUI. BPJPH juga berwenang mengeluarkan label logo halal berdasarkan sertifikasi halal yang dikeluarkan.¹⁴

¹³ “BPJPH, SK Nomor 177 Tahun 2019 bertanggal 19 November Tahun 2019,” t.t.

¹⁴ Fathiyah Wardah, “Label Halal Baru BPJPH, MUI Tetap Berwenang Tentukan Kehalalan Produk,” VOA Indonesia, 14 Maret 2022, <https://www.voaindonesia.com/a/label-halal-baru-bpjph-mui-tetap-berwenang-tentukan-kehalalan-produk/6483225.html>.

Gambar Logo Halal MUI yang berubah menjadi Logo Halal Indonesia



Sesuai ketentuan UU JPH Pasal 10 ayat (1), MUI memiliki peran untuk melakukan sertifikasi auditor, penetapan fatwa produk halal dan akreditasi Lembaga Pemeriksa halal (LPH). LPPOM-MUI sebagai LPH tetap menjalankan peran dalam melakukan pemeriksaan produk halal. Memang sebagai pelopor, LPPOM-MUI telah diakui eksistensinya dan Standar Halal HAS (Halal Assurance System) 23000 telah diterapkan di Indonesia dan diadopsi oleh Lembaga diluar negeri dalam rangka menerbitkan sertifikasi halal¹⁵. Berkaitan dengan Standar Halal HAS 23000, yaitu persyaratan sertifikasi halal yang diterapkan oleh LPPOM-MUI guna sertifikasi halal suatu produk maka perusahaan yang akan mengurus sertifikasi halal bagi produknya perlu mencermatinya. Standar HAS 23000¹⁶ dengan 11 kriteria SJH (Sistem Jaminan Halal) adalah:

1. Kebijakan Halal

Manajemen puncak harus menetapkan kebijakan halal dan mensosialisasikan kebijakan halal kepada seluruh pemangku kepentingan (stakeholder) perusahaan.

2. Tim Manajemen Halal

Manajemen puncak harus menetapkan tim manajemen halal yang mencakup semua bagian yang terlibat dalam aktivitas kritis serta memiliki tugas, tanggungjawab dan wewenang yang jelas.

¹⁵ “Tak Lagi Berwenang, MUI Dukung Sertifikasi Halal Dikeluarkan BPJPH,” detikNews, 2019, <https://news.detik.com/berita/d-4748379/tak-lagi-berwenang-mui-dukung-sertifikasi-halal-dikeluarkan-bpjph>.

¹⁶ “Kriteria Sistem Jaminan Halal,” LPPOM MUI, 2021, <https://halalmui.org/kriteria-sistem-jaminan-halal-dalam-has23000/>.

3. Pelatihan dan Edukasi

Perusahaan harus mempunyai prosedur tertulis pelaksanaan penelitian. Pelatihan internal harus dilaksanakan minimal setahun sekali dan pelatihan eksternal harus dilaksanakan minimal dua tahun sekali.

4. Bahan

Bahan yang digunakan dalam pembuatan produk yang disertifikasi tidak boleh berasal dari bahan haram atau najis. Perusahaan harus mempunyai dokumen pendukung untuk semua bahan yang digunakan, kecuali bahan tidak kritis atau bahan yang dibeli secara retail.

5. Fasilitas Produksi

- a. Industri pengolahan: (i) Fasilitas produksi harus menjamin tidak adanya kontaminasi silang dengan bahan/produk yang haram/najis; (ii) Fasilitas produksi dapat digunakan secara bergantian untuk menghasilkan produk yang disertifikasi dan produk yang tidak disertifikasi selama tidak mengandung bahan yang berasal dari babi/turunannya, namun harus ada prosedur yang menjamin tidak terjadi kontaminasi silang.
- b. Restoran/Katering/Dapur: (i) Dapur hanya dikhususkan untuk produksi halal; (ii) Fasilitas dan peralatan penyajian hanya dikhususkan untuk menyajikan produk halal.
- c. Rumah Pemotongan Hewan (RPH): (i) Fasilitas RPH hanya dikhususkan untuk produksi daging hewan halal; (ii) Lokasi RPH harus terpisah secara nyata dari RPH/peternakan babi; (iii) Jika proses *deboning* dilakukan di luar RPH tersebut, maka harus dipastikan karkas hanya berasal dari RPH halal; (iv) Alat penyembelih harus memenuhi persyaratan.

6. Produk

Karakteristik/profil sensori produk tidak boleh memiliki kecenderungan bau atau rasa yang mengarah kepada produk haram atau yang telah dinyatakan haram berdasarkan fatwa MUI. Merk/nama produk yang didaftarkan untuk disertifikasi tidak boleh menggunakan nama yang mengarah pada sesuatu yang diharamkan atau ibadah yang tidak sesuai dengan syariah islam. Produk pangan eceran (retail) dengan merk sama yang beredar di Indonesia harus didaftarkan seluruhnya untuk sertifikasi, tidak boleh jika hanya didaftarkan sebagian.

7. Prosedur Tertulis Aktivitas Kritis

Perusahaan harus mempunyai prosedur tertulis mengenai pelaksanaan aktivitas kritis, yaitu aktivitas pada rantai produksi yang dapat mempengaruhi status kehalalan produk. Aktivitas kritis dapat mencakup seleksi bahan baru, pembelian bahan, pemeriksaan bahan datang, formulasi produk, produksi, pencucian fasilitas produksi dan peralatan pembantu, penyimpanan dan penanganan bahan dan produk, transportasi, pemajangan (*display*), aturan pengunjung, penentuan menu, pemingsanan, penyembelihan, disesuaikan dengan proses bisnis perusahaan (industri pengolahan, RPH, restoran, catering, dapur). Prosedur tertulis aktivitas kritis dapat dibuat terintegrasi dengan prosedur sistem yang lain.

8. Kemampuan Telusur (*Traceability*)

Perusahaan harus mempunyai prosedur tertulis untuk menjamin kemampuan telusur produk yang disertifikasi berasal dari bahan yang memenuhi kriteria (disetujui LPPOM MUI) dan diproduksi di fasilitas produksi yang memenuhi kriteria (bebas dari bahan babi/keturunannya).

9. Penanganan Produk Yang Tidak Memenuhi Kriteria

Perusahaan harus mempunyai prosedur tertulis untuk menangani produk yang tidak memenuhi kriteria, yaitu tidak dijual ke konsumen yang mempersyaratkan produk halal dan jika terlanjur dijual maka harus ditarik.

10. Audit Internal

Perusahaan harus mempunyai prosedur tertulis audit internal pelaksanaan SJH. Audit internal dilakukan setidaknya enam bulan sekali dan dilaksanakan oleh auditor halal internal yang kompeten dan independen. Hasil audit internal disampaikan ke LPPOM MUI dalam bentuk laporan berkala setiap 6 (enam) bulan sekali.

11. Kaji Ulang Manajemen

Manajemen puncak atau wakilnya harus melakukan kaji ulang manajemen minimal satu kali dalam satu tahun, dengan tujuan untuk menilai efektivitas penerapan SJH dan merumuskan perbaikan berkelanjutan.

Standar yang ditetapkan sebagaimana diuraikan di atas menunjukkan bahwa ketika sertifikasi halal berupa perolehan logo halal bagi suatu produk telah diperoleh maka itu berarti telah melalui tahapan yang sangat teliti. Sebelum Peraturan Pemerintah No. 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan dari UU No. 33 Tahun 2014 mengenai Jaminan Produk Halal (JPH) terbit, pelaksanaan sertifikasi halal masih dilakukan oleh MUI. Namun, setelah Peraturan Pemerintah tentang JPH terbit, kewenangan penerbitan sertifikasi halal berada sepenuhnya di Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama selaku *leading* sektor jaminan produk halal.¹⁷

Hal lain yang perlu mendapat perhatian dalam kajian ini adalah perihal keputusan pembelian dari konsumen terhadap suatu produk. Keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen dalam memutuskan untuk membeli atau tidaknya suatu produk. Keputusan pembelian konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh organisasi formal untuk menetapkan kebutuhan akan barang dan jasa yang perlu dibeli serta mengidentifikasi, mengevaluasi dan memilih alternatif antar merek dan pemasok¹⁸. Keputusan pembelian merupakan seleksi antara dua pilihan alternatif atau lebih konsumen pada saat proses pembelian. Konsumen setiap hari akan mengambil berbagai keputusan mengenai setiap aspek dalam kesehariannya. Terkadang pada saat pengambilan keputusan ini tanpa memikirkan bagaimana mengambil keputusan dan apa yang terlibat di dalam proses pengambilan keputusan tersebut. Pemilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan pembelian¹⁹. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen di dalam keputusan pembelian suatu produk,²⁰ antara lain: Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis. Sementara menurut Kotler dan Keller,²¹ di dalam proses pengambilan keputusan pembelian ada 5 (lima) tahapan yang dilalui yaitu Pengenalan Masalah kemudian konsumen akan melakukan Pencarian Informasi, kemudian melakukan Evaluasi Alternatif, baru mengambil Keputusan Pembelian ataupun tidak.

¹⁷ "hukumonline.com," 2019.

¹⁸ Kotler, Philip dkk., *Manajemen pemasaran*, Empat (Jakarta: Indeks, 2019), <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=946875>.

¹⁹ L.G. Schiffman dan L.L. Kanuk, *Consumer Behavior* (Pearson Prentice Hall, 2007), <https://books.google.co.id/books?id=vTRPngEACAAJ>.

²⁰ Sofjan Assauri, *Manajemen pemasaran: dasar, konsep & strategi*, 15 ed. (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1136764#>.

²¹ Kotler, Philip dkk., *Manajemen pemasaran*.

Berkaitan dengan tema kajian ini, ditemukan banyak hasil penelitian yang menunjukkan bahwa label halal pada suatu produk memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Misalnya penelitian yang dilakukan Andriansyah dkk,²² penelitian mengenai pengaruh label halal, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian teh racek (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Malang), hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Imamuddin,²³ penelitian tentang label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian mie instan mahasiswa IAIN Bukittinggi TA 2016/2017. Pada penelitian ini ditemukan adanya pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan juga oleh Harahap dkk di Padangsidempuan yang menunjukkan pengaruh positif pencantuman label halal terhadap keputusan pembelian²⁴.

Nugraha, dkk,²⁵ melakukan penelitian berjudul pengaruh labelisasi halal terhadap minat beli konsumen (survei pada mahasiswa muslim konsumen mie samyang berlogo *Halal Korean Muslim Federation* di kota Malang), hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Demikian juga penelitian yang dilakukan Yunitasari dan Anwar,²⁶ yang melakukan penelitian tentang pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan impor pada mahasiswa Universitas Negeri Surabaya, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Terjadinya pengaruh tersebut dikarenakan semakin tingginya pemahaman mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya tentang pentingnya label halal di setiap makanan kemasan dan konsumen

²² Andriansyah, Arifin, dan Slamet, "Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Racek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang)."

²³ M. Imamuddin, "Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa Iain Bukittinggi T.A 2016/2017," *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies* 1, no. 1 (7 Februari 2018), <https://doi.org/10.30983/es.v1i1.448>.

²⁴ Darwis Harahap, Nando Farizal, dan Masbulan Nasution, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi Instan Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan," *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* 4, no. 2 (23 Desember 2018): 185–204, <https://doi.org/10.24952/tijarah.v4i2.1098>.

²⁵ Ranu Nugraha, M. Kholid Mawardi, dan Aniesa Samira Bafadhal, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang)," *Jurnal Administrasi Bisnis* 50, no. 5 (25 September 2017): 113–20, <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2063>.

²⁶ Vivi Yunitasari dan Moch Khoirul Anwar, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 2, no. 1 (30 April 2019): 49–57, <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/26410>.

mengerti tentang syariat Islam untuk tidak mengonsumsi makanan yang dilarang oleh Allah SWT dan harus menjalankan apa yang telah diperintahkan.²⁷ Salah satu penelitian yang cukup menarik adalah penelitian Rambe dan Afifuddin²⁸ menjelaskan bahwa variabel label halal memberikan pengaruh positif kepada keputusan pembelian, tetapi hanya sebesar 31,1%. Ini berarti masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi minat beli mahasiswa dan faktor lain inilah yang sebenarnya juga penting untuk dikaji. Penelitian sejenis yang juga menarik untuk produk pangan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Henaulu²⁹ di Manado terhadap tingkat penjualan produk pangan Holand Bakery, ditemukan bahwa terjadi peningkatan jumlah penjualan sejak dicantumkannya sertifikat halal MUI bagi produknya.

Beberapa penelitian di atas adalah penelitian dalam hal pencantuman label halal bagi pangan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan bagi produk non pangan (dalam hal ini kosmetik), pencantuman label halal dikaitkan dengan keputusan pembelian ternyata menghasilkan pengaruh yang juga positif sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Wahyu.³⁰ Penelitian lain tentang hal ini di kota Semarang, juga menghasilkan pengaruh yang positif artinya atribut produk dan label halal memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.³¹ Demikian juga penelitian yang sejenis dilakukan di Bengkulu, adanya label halal pada produk kosmetik wardah berpengaruh secara simultan terhadap keputusan membeli produk wardah.³² Penelitian yang sejenis dengan hasil serupa telah dilakukan pula terhadap mahasiswa Universitas Islam Jakarta.³³

KESIMPULAN

Kehalalan suatu produk, khususnya produk pangan sangat penting bagi masyarakat muslim apalagi dinegara Republik Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam.

²⁷ Yunitasari dan Anwar.

²⁸ Yuli Mutiah Rambe dan Syaad Afifuddin, "Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan)," *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 1, no. 1 (2012).

²⁹ Mawarni Safitri Henaulu, "Impact of Mui Halal Labels on Volume of Sales of Holland Bakery in Manado City," *Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam* 3, no. 2 (5 Januari 2019), <https://doi.org/10.30984/tjebi.v3i2.786>.

³⁰ Henaulu.

³¹ Vivi Rachmawati, pengaruh atribut dan label halal sebagai variable moderating terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di Kota Semarang, core.ac.uk, diakses pada 28 Januari 2021

³² Fenti Mayang Sari, Andy Makhrian, dan Khairil Buldani, "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Bengkulu)," *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 5, no. 1 (2018), <https://doi.org/10.37676/professional.v5i1.709>.

³³ Ernawati, T. *Pengaruh Label Halal dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Kosmetik (Studi Kasus: Mahasiswi Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta)*, 2015

Lembaga apapun yang diberi kewenangan untuk memeriksa dan menetapkan kehalalan suatu produk menjadi tidak begitu penting sepanjang Negara mengatur bahwa perlunya kewajiban bagi pelaku bisnis untuk mendapatkan sertifikasi halal terlebih dahulu sebelum memasarkan produknya karena dari penelusuran atas penelitian-penelitian yang ada terlihat bahwa pencantuman label halal pada produk makanan dan kosmetik memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena pencantuman label halal membuat konsumen merasa tenang..

DAFTAR PUSTAKA

- Andriansyah, Yusuf, Rois Arifin, dan Afi Rachmat Slamet. "Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Racek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang)." *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 6, no. 02 (9 Agustus 2017). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/439>.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen pemasaran : dasar, konsep & strategi*. 15 ed. Jakarta: Rajawali Pers, 2017. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1136764#>.
- "BPJPH, SK Nomor 177 Tahun 2019 bertanggal 19 November Tahun 2019," t.t.
- detikNews. "Tak Lagi Berwenang, MUI Dukung Sertifikasi Halal Dikeluarkan BPJPH," 2019. <https://news.detik.com/berita/d-4748379/tak-lagi-berwenang-mui-dukung-sertifikasi-halal-dikeluarkan-bpjph>.
- Etzel, M.J., B.J. Walker, dan W.J. Stanton. *Marketing*. McGraw-Hill/Irwin, 2007. <https://books.google.co.id/books?id=gFZKPgAACAAJ>.
- Fariana, Andi. "Urgensi Fatwa MUI Dalam Pembangunan Sistem Hukum Ekonomi Islam Di Indonesia." *AL-IHKAM: Jurnal Hukum & Pranata Sosial* 12, no. 1 (6 Agustus 2017): 87–106. <https://doi.org/10.19105/al-lhkam.v12i1.1191>.
- Girindra, A., dan Obat-Obatan dan Kosmetika (LP POM) Majelis Ulama Indonesia (MUI). Lembaga Pengkajian Pangan. *Pengukir Sejarah Sertifikasi Halal*. Jakarta: Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika (LP POM), Majelis Ulama Indonesia (MUI), 1998. <https://books.google.co.id/books?id=u3hIMwEACAAJ>.
- Harahap, Darwis, Nando Farizal, dan Masbullan Nasution. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi Instan Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan." *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* 4, no. 2 (23 Desember 2018): 185–204. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v4i2.1098>.
- Henaulu, Mawarni Safitri. "Impact of Mui Halal Labels on Volume of Sales of Holland Bakery in Manado City." *Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam* 3, no. 2 (5 Januari 2019). <https://doi.org/10.30984/tjebi.v3i2.786>.
- "hukumononline.com," 2019.
- Imamuddin, M. "Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa Iain Bukittinggi T.A 2016/2017." *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies* 1, no. 1 (7 Februari 2018). <https://doi.org/10.30983/es.v1i1.448>.

- Kotler, Philip, Benyamin Molan, Bambang Sarwiji, dan Kevin Lane. *Manajemen pemasaran*. Empat. Jakarta: Indeks, 2019. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=946875>.
- LPPOM MUI. "Kriteria Sistem Jaminan Halal," 2021. <https://halalmui.org/kriteria-sistem-jaminan-halal-dalam-has23000/>.
- Lubis, Fadillah. "Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Masyarakat Kota Palembang." UIN Raden Fatah Palembang, 2017.
- Mahwiyah. "Pengaruh lebelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen." UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/3765>.
- Muhammad, Asy'arie. "Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi dan Rasa terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang." bachelorThesis, UIN Syarif Hidayatullah, 2018. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/41333>.
- Nugraha, Ranu, M. Kholid Mawardi, dan Aniesa Samira Bafadhal. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 50, no. 5 (25 September 2017): 113–20. <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2063>.
- "Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 bertanggal 21 Juli 1999 tentang Label Halal dan Iklan Pangan," t.t.
- Rambe, Yuli Mutiah, dan Syaad Afifuddin. "Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan)." *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 1, no. 1 (2012).
- Sari, Fenti Mayang, Andy Makhrian, dan Khairil Buldani. "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Bengkulu)." *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 5, no. 1 (2018). <https://doi.org/10.37676/professional.v5i1.709>.
- Schiffman, L.G., dan L.L. Kanuk. *Consumer Behavior*. Pearson Prentice Hall, 2007. <https://books.google.co.id/books?id=vTRPngEACAAJ>.
- Sucipto, Sucipto. "Halal Dan Haram Menurut Al-Ghazali Dalam Kitab Mau'idhotul Mukminin." *ASAS: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (14 Februari 2014). <https://doi.org/10.24042/asas.v4i1.1671>.
- Susanti, Era, Nilam Sari, dan Khairul Amri. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)." *EKOBIS SYARIAH* 2, no. 1 (24 Juni 2021): 44–50. <https://doi.org/10.22373/ekobis.v2i1.10006>.
- Wardah, Fathiyah. "Label Halal Baru BPJPH, MUI Tetap Berwenang Tentukan Kehalalan Produk." VOA Indonesia, 14 Maret 2022. <https://www.voaindonesia.com/a/label-halal-baru-bpjph-mui-tetap-berwenang-tentukan-kehalalan-produk/6483225.html>.
- Yunitasari, Vivi, dan Moch Khoirul Anwar. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 2, no. 1 (30 April 2019): 49–57. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/26410>.

Copyright Holder :

© Andi Fariana. (2022).

First Publication Right :

© TAFAQQUH : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah dan Ahwal Syahsiyah