

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Konsumen

Maksudi^{1*}, Bahrudin², Nasruddin³

¹Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung, Indonesia

^{2,3}Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

*Email: maksudi04031968@gmail.com

Abstarct

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*

Saran sitasi: Maksudi., Bahrudin., & Nasruddin. (2023). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 825-840. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8508>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8508>

1. PENDAHULUAN

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 dikonsumsi.

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 dikonsumsi. 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 (Nalilul Huda, 2021). Sah menjual setiap barang yang suci, memiliki manfaat dan dimiliki.

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 sejumlah negara (Abdurrahman Konaras, 2017).

UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang dirinci atas XI Bab dan 68 Pasal adalah ketentuan peraturan perundangan yang bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan

berbagai produk yang beredar dan diperdagangkan dipasaran.

Kehadiran UU No. 33 Tahun 2014 yang saat ini telah mengambil alih tugas dan fungsi MUI melalui LPPOM MUI, merupakan badan pemerintah yang dibentuk dan bertanggungjawab kepada pemerintah. Konsekuensi kehadiran BPJPH sebagai salah satu penyelenggara jaminan produk halal, MUI hanya menjadi mitra kerja dengan BPJPH. MUI hanya sekedar bertugas fatwa MUI, sementara mengeluarkan sertifikat halal dan lain-lain merupakan hak prerogatif BPJPH. Konsekuensinya, tugas dan kewenangan MUI yang demikian luas dan besarnya itu menjadi berkurang.

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:

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

b. Memberikan perlindungan bagi pelaku usaha industri lokal dari serangan perdagangan impor barang-barang luar negeri (Imam Masykoer Alie, 2003).

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.

Berdasarkan teori geopolitik Frederich Ratzel, (Tim Dosen Kewarganegaraan,dikti, 2017) 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:

Tabel 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 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 mendaftarkan 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 (Abdurrahman Konaras, 2017)

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 (farid Wajdi, 2019). 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 ditanggung halal 100% atau 90% dan seterusnya. Sertifikat halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH (Badan dan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI (UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal).

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, ke higienisan dan kehalalan yang bertentangan dengan syariat islam 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*" (PUPR.Pringsewu.go.id, 2019) Usaha air minum isi ulang kemasan rumahan terbesar di sembilan Kecamatan di Kabupaten Pringsewu (*Wawancara*, dengan Daliman, pengusaha air minum isi ulang kemasan ambarawa, 2020)

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 (<https://portal.nawasis.info>, 2021). 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 fisik, tetapi juga akan mendapatkan keberkahan dan kepuasan rohani.

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 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 *musyabhiat*-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.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal didefinisikan sebagai suatu kegiatan pengujian secara sistematis untuk mengetahui hukum barang yang diproduksi suatu perusahaan telah memenuhi ketentuan halal atau tidak. 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. Pengertian label halal adalah tanda kehalalan suatu produk (Farid Wajdi, 2019). 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. 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.

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.

2.2. 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.

2.3. 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 ekspektasi, pelanggan atau konsumen akan sangat puas atau senang (Philip Kotler, Kevin Lane Keller, 2014). Istilah kepuasan sering juga disebut "manfaat" atau "utilitas" (Hendy Mustiko Aji, 2019). Utilitas dimaknai sebagai kegunaan barang yang dirasakan oleh seseorang konsumen ketika mengonsumsi sebuah barang (Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2015). 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 (Ahmad Miru, Sutarman Yodo, 2015). 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 (Rosmawati, 2018).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana data yang diperoleh untuk menghasilkan deskripsi atau gambaran dari pelaku orang ataupun situasi yang diamati peneliti. Diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam atau perilaku yang diamati dari suatu individu, kelompok masyarakat atau organisasi tertentu. Dalam suatu keadaan konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh. Peneliti kualitatif menggunakan lingkungan alamiah sebagai sumber data. Peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam situasi sosial merupakan kajian utama penelitian kualitatif. Sumber data penelitian kualitatif adalah tampilan yang berupa kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh peneliti dan benda-benda yang diamati sampai detailnya agar dapat ditangkap makna yang tersirat dalam dokumen atau bendanya.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menemui sumber data yaitu pelaku usaha dan konsumen air minum isi ulang kemasan rumahan dan orang-orang yang dianggap mampu serta relevan membantu peneliti dalam pengumpulan data. Selain itu, dalam pengumpulan data, penulis menciptakan hubungan yang baik dengan sumber data, terkait dengan teknik pengumpulan data penulis gunakan observasi, wawancara dan pengamatan serta dokumentasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha dan konsumen air minum isi ulang kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu berjumlah 25 orang informan untuk pengambilan populasi, dengan tidak melihat latar belakang agama, mengingat pelaku

usaha si Kabupaten Pringsewu ada yang non muslim atau beragama lain.

Adapun teknik pengambilan sampel yaitu sampel jenuh. Teknik sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel dimana semua anggota populasi digunakan menjadi sampel. Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 24 pelaku usaha yang memiliki izin usaha dan konsumen air minum isi ulang kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu yang bersedia menjadi informan. Dari 9 kecamatan di Kabupaten Pringsewu, maka peneliti melakukan skub riset yang dilaksanakan di Kecamatan Gadingrejo dan Ambarawa.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Usaha Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan Dalam Upaya Penuhan Kepuasan Konsumen Di Kabupaten Pringsewu

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku usaha air minum isi ulang kemasan rumahan tidak mengetahui sertifikasi halal, dengan bukti tidak dimilikinya sertifikat halal MUI. Disisi lain pelaku usaha belum pernah mengajukan permohonan sertifikasi produk halal, dengan alasan tidak tau aturan, tidak adanya sosialisasi dari Pemerintah berkaitan dengan sertifikat halal, tidak mengetahui tujuan dan manfaat sertifikat halal, sehingga berdasarkan persepsi masyarakat terutama yang mengerti dan berpendidikan akan sertifikat halal, dianggap meragukan akan kehalalan dan kehygienisan air minum isi ulang kemasan rumahan, apalagi harga air minum isi ulang yang dijual pada masyarakat cukup murah dan terjangkau, yang pada kesimpulannya, sertifikasi produk halal terhadap usaha air minum isi ulang kemasan rumahan belum berpengaruh secara baik.

Adanya beberapa pelaku usaha yang menerima terjadinya komplain seperti air berbau, air berubah warna, air yang kotor, air berlumut menunjukkan kelemahan dan ketidakberdayaan pelaku usaha dalam menjamin kehalalan air minum serta kebersihannya. Dampak negatif tidak memiliki sertifikat halal bagi para pelaku usaha menjadi masalah yang cukup serius dan belum dapat diselesaikan dengan baik secara berkesinambungan.

Dari segi pemasaran usaha air minum isi ulang kemasan yang dilakukan dengan cara jemput bola, dari mulut ke mulut, menawarkan dari warung ke warung atau dari rumah ke rumah merupakan aktivitas keseharian di dalam mencari penghasilan dan

merekrut pelanggan sebanyak-banyaknya. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2000 tentang usaha mikro, kecil dan menengah, bahwa pemasaran produk masih sangat sederhana, yaitu dilakukan dengan cara promosi dari mulut ke mulut, belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memasarkan produknya.

Sebagaimana dikatakan Bapak Supandi, mengatakan bahwa penerapan sertifikasi produk halal belum berpengaruh pada usaha air minum isi ulang kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu (Supandi, Pengusaha air minum isi ulang kemasan rumahan kerawang Ambarawa Timur Kecamatan Ambarawa, 2021). Faktor permodalan dan SDM (Sumber Daya Manusia) sendiri yang belum siap dalam mewujudkan kepemilikan sertifikat halal MUI. Di lapangan, sebanyak 12 pelaku usaha air minum kemasan dalam Skub Kecamatan Gadingrejo dan Ambarawa yang memiliki izin usaha, dijelaskan belum pernah mendapatkan pelatihan dan pembinaan sertifikasi produk halal yang dilaksanakan oleh lembaga LPPOM MUI.

4.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal Terhadap Usaha Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan Dalam Upaya Penuhan Kepuasan Konsumen Di Kabupaten Pringsewu

Berdasarkan hasil penelitian seluruh pelaku usaha air minum isi ulang kemasan rumahan Skub Kecamatan Gadingrejo dan Ambarawa. Kabupaten Pringsewu memiliki faktor-faktor dalam kepemilikan sertifikat halal yaitu keterbatasan informasi dan pengetahuan, permodalan, kesibukan, kurangnya interaksi antar pelaku usaha, kurangnya kesadaran pelaku usaha, tidak adanya sosialisasi dan pembinaan sertifikasi produk halal dari lembaga BPJPH. Asumsi pelaku usaha dikatakan bahwa sertifikasi halal hanya diperuntukkan pada kalangan perusahaan besar seperti PT, CV. Sementara bagi usaha air minum isi ulang kemasan rumahan tidak diperlukan memiliki sertifikat halal. Harapan pelaku usaha kepada Pemerintah dalam hal sertifikasi halal dapat menyentuh usaha kecil dan menengah ini, terutama usaha air minum isi ulang kemasan rumahan yang ada di Kabupaten Pringsewu.

4.3. Persepsi Konsumen Terhadap Penerapan Sertifikasi Halal Pada Usaha Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan Di Kabupaten Pringsewu

Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa konsumen mendukung dengan baik banyaknya berdiri

usaha air minum isi ulang kemasan rumahan agar kebutuhan air minum dapat tercukupi. Selain itu pula proses perizinan dengan segala aturannya tetap untuk dipenuhi, termasuk sertifikat halal MUI agar berjalan lancar dan baik sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Konsumen tidak mengetahui apakah pelaku usaha memiliki sertifikat halal MUI atau tidak. Tetapi menurut konsumen berdasarkan penglihatan langsung tidak ditemukan logo halal MUI pada galon kemasan isi ulang. Konsumen menjawab alasan mengonsumsi air minum isi ulang kemasan rumahan disebabkan harga yang murah dan terjangkau sehingga mengambil keputusan untuk membelinya.

Keputusan mengonsumsi air minum isi ulang kemasan rumahan sejak ramainya berdiri air minum kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu, sejak itu air minum yang terkenal dengan air kerawang di Ambarawa Timur Kecamatan Ambarawa, akhirnya di Kecamatan –kecamatan lain pun ikut buka usaha rumahan di daerah masing-masing. Keberadaan usaha air minum persepsi konsumen dikatakan cukup baik dan mendukung, dengan tetap memperhatikan kebersihan, kelayakan dan ke higienisan air. Konsumen mendorong agar pelaku usaha jika belum punya sertifikat halal segera diurus dengan baik dan benar. Untuk mengetahui pelaku usaha memiliki sertifikat halal MUI, konsumen menganjurkan cukup dilihat pada galon kemasan air minum. Jika ada logo MUI, berarti pelaku usaha positif memiliki sertifikat halal MUI, begitu pula sebaliknya. Disisi lain, konsumen belum pernah memberi saran masukan pada pelaku usaha dengan alasan takut tersinggung, tidak enak hati dan takut dianggap mencampuri urusan orang lain. Konsumen menanggapi usaha air minum isi ulang kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu diragukan kehalalannya, dengan bukti pada galon kemasan air minum tidak terlihat logo halal MUI, meskipun air tersebut sudah diuji kelayakannya pada laboratorium di Dinas Kesehatan.

Pengonsumsi air minum isi ulang kemasan rumahan yang mayoritas beragama Islam. Harapan konsumen pada pelaku usaha air minum adalah pelaku usaha dapat memiliki sertifikat halal dari MUI, memiliki izin usaha yang jelas dan transparan, pelaku usaha meminta dan menerima saran dan masukan guna membangun kemajuan usahanya, pelaku usaha diharapkan menjaga kebersihan dan kelayakan air minum, tidak arogan, harus bijak dan arif dalam memperlakukan semua konsumen, memperbaiki

segala kekurangan dan kelemahannya, pelaku usaha harus hidup berdampingan dengan pelaku usaha lainnya, dan pelaku usaha tidak menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat dalam berbisnis.

Ada keinginan pelaku usaha memiliki sertifikat halal MUI. Karena belum dianggap familier dan tidak ada pendampingan, maka sampai saat ini, pelaku usaha belum sadar dan tergerak hatinya untuk memiliki sertifikat halal ini. Untuk mencapai terjaminnya kehalalan air minum kemasan, menurut persepsi konsumen tidak lain adalah pelaku usaha harus punya dan memiliki sertifikat halal MUI.

4.4. Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan Dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Konsumen Di Kabupaten Pringsewu

Agama Islam memerintahkan pada umatnya untuk selalu dalam ketakwaan. Tak terkecuali di waktu menjalankan kegiatan minum. Ia harus selalu bertakwa, ketika hendak, sedang maupun sesudah minum. Ketakwaan menyebabkan diperolehnya “*furqon*” yaitu petunjuk yang dapat membedakan antara yang baik dan bathil, atau diperolehnya pertolongan. Minuman halal adalah minuman yang terdiri dari bahan pangan halal, yang selama masa pengolahan sampai masa penyimpanan dan penyajiannya tidak bersinggungan atau bercampur dengan bahan apapun dari hewan atau benda-benda najis/haram. Bagi umat islam, kehalalan air minum adalah kebutuhan pokok umat. Akan tetapi yang masih menjadi persoalan adalah tingkat kesanggupan dan kesadaran para produsen atau pelaku usaha. 90% penduduk negara ini beragama islam, sangat wajar kalau mereka sebagai mayoritas konsumen. Sudah seharusnya para pengusaha minuman menangkap dan memaknai secara nyata kebutuhan umum itu memiliki sertifikat halal guna menjamin kepastian hukum mengenai air minum.

Jaminan produk halal merupakan kewajiban negara untuk memberikan perlindungan hukum terhadap warga negaranya agar merasa aman, nyaman dan terhindar dari kesalahan atau kekeliruan dalam mengonsumsi atau menggunakan makanan, minuman, obat-obatan serta kosmetika. Kehalalan suatu produk merupakan perintah agama islam, yang dari perspektif bisnis adalah pangan pasar terbesar di Indonesia. Dipasaran banyak produk yang beredar dan diperdagangkan yang belum semuanya terjamin kehalalannya. Sementara 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 kehalalannya.

Prospek ekonomi dan bisnis di 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. Prospek penerapan sertifikasi halal dengan berlakunya ketentuan tentang jaminan produk halal dapat pula dipahami sebagai bagian dari kebijakan pemerintah melakukan positifikasi hukum islam sehingga suatu hal yang wajar dan tepat apabila negara atau pemerintahlah yang bertugas dan berwenang mengatur berbagai aspeknya.

Dari hasil penelitian dapat diketahui variabel sertifikasi produk halal belum berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap pelaku usaha air minum kemasan, juga belum menunjukkan kepuasan konsumen. Dari 12 pelaku usaha yang memiliki izin usaha yang bersedia menjadi informan, dalam Skub area Kecamatan Gadingrejo dan Kecamatan Ambarawa Kabupaten Pringsewu, tidak ada pelaku usaha yang memiliki sertifikat halal dari LPPOM MUI.

Selain itu, mengindikasikan bahwa dengan adanya sertifikasi produk halal pada kemasan produk belum meyakinkan masyarakat dalam membeli produk air minum. Berdasarkan hasil wawancara seluruh informan atau pelaku usaha menyatakan tidak memiliki sertifikat halal, belum pernah mengajukan permohonan sertifikat halal karena tidak mengetahui aturannya, tidak mengetahui tujuan dan manfaat akibat belum adanya sosialisai atau pembinaan dari lembaga LPPOM MUI, minimnya kesadaran akan sertifikasi halal juga diakibatkan dari minimnya pengetahuan para pelaku usaha di Kabupaten Pringsewu. Asumsi yang salah dari animo mereka bahwa sertifikasi produk halal hanya diperuntukkan pada kalangan perusahaan besar seperti PT, CV, sementara perusahaan kecil dan menengah (UMKM) tidak diperlukan memiliki sertifikat produk halal adalah penilaian yang keliru dan tidak dibenarkan.

Pernyataan diatas, sesuai dengan Iman Al-Ghozali yang mengatakan bahwa perlu mengadakan bimbingan dan kajian untuk menemukan pembuktian dan penjelasan. Bimbingan dan kajian diperlukan karena kesulitan untuk memperoleh makanan ataau produk tidak boleh untuk menjadi alasan untuk tidak

mencari kebenaran (mengonsumsi produk halal). Seorang muslim, tidak dibenarkan memakan suatu hidangan atau belum tahu status halalnya, akan memberikan pengaruh buruk baik di dunia maupun di akhirat. Hal ni sesuai dengan pendapat Abu Dzar Al-Qimani mengatakan bahwa makanan halal berfungsi sebagai pendorong perbuatan baik.

Merujuk pada dasar *halalan thayyiban*, mengedepankan kehalalan suatu produk dimana konsumen muslim cenderung memilih produk yang dapat memberikan *mashlahah*. Mengonsumsi produk halal tercantum dalam kitab suci Al-Qur'an dan merupakan perintah langsung dari Allah yang ditujukan untuk kebaikan manusia itu sendiri. Produk halal yang dijual terutama air minum isi ulang kemasan rumahan mempunyai arti yang sangat penting dan dimaksudkan untuk melindungi masyarakat yang beragama islam dapat terhindar dari melakukan pengkonsumsian produk air minum yang tidak halal (haram)

Dengan penerapan sertifikasi produk halal membuat produk memiliki standar kualitas yang jelas, serta memberikan nilai fungsi yang lebih kepada pelanggan atau konsumen. Produk yang sudah memiliki sertifikat halal secara langsung memberikan ketenangan batin baik kepada pelaku usaha itu sendiri maupun bagi konsumen. Karena sudah tidak ada keragu-raguan lagi. Apakah bahan baku air minum isi ulang kemasan dan proses produksi barang tersebut tidak dilakukan denga benar dan jujur. Bila sudah memiliki sertifikat halal dan label halal, aturan di Indonesia akan tetap dibawah pengawasan MUI atau Majelis Ulama Indonesia. Bagaimana pelaku usaha air minum isi ulang kemasan rumahan dalam mengembangkan atau memajukan usahanya jika tidak memiliki sertifikat halal.

Sesuai dengan definisinya, menurut Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 sertifikat halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI. Sertifikat halal merupakan syarat untuk mendapatkan izin mencantumkan label halal pada kemasan produk yang dikeluarkan pemerintah. Dalam penelitian ternyata belum mempengaruhi terhadap pelaku usaha air minum isi ulang kemasan rumahan yang ada di Kabupaten Pringsewu. Usaha air minum ini hanya baru sebatas memiliki legalitas izin usaha Dinas Kesehatan, Dinas

Penanaman Modal Kantor PN-PTSP, dan Dinas Perdagangan.

Penerapan sertifikasi halal dihadapkan pada kurangnya pemahaman sejumlah pelaku usaha air minum isi ulang kemasan terhadap ketentuan hukum yang mendasari berlakunya sertifikasi halal. Ketentuan jaminan produk halal yang mensyaratkan pengajuan permohonan sertifikasi halal yang harus dilengkapi dengan data pelaku usaha, nama dan jenis produk, daftar produk dan bahan yang digunakan, serta proses pengolahan produk, masih menjadi asing dan belum familier di mata dan pemikiran para pelaku usaha air minum kemasan.

4.5. Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Kepuasan konsumen dalam islam jauh berbeda dalam terminologi konvensional. Dalam teori ekonomi, kepuasan seseorang dalam mengonsumsi suatu barang (*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. Kepuasan dalam teori konvensional hanya dimaknai sebatas terpenuhinya kebutuhan fisik semata. Dalam islam, tujuan konsumsi bukanlah konsep nilai guna (*utility*). Untuk mencapai tingkat kepuasan, seseorang muslim haruslah mementingkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara dzatnya maupun cara memperolehnya, tidak bersifat *israf* (royal) dan *tazbir* (sia-sia). Karena itu, kepuasan seseorang muslim tidak didasarkan pada barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi.

Dalam islam, tujuan konsumsi bukanlah konsep *utility* melainkan *kemaslahatan*, konsep *utilitas* sangat subjektif karena bertolak pada pemenuhan kebutuhan atau *needs*. *Mashlahah* dipenuhi berdasarkan pertimbangan rasional normatif dan positif. Maka ada kriteria yang objektif tentang suatu barang ekonomi yang memiliki *mashlahah* ataupun tidak. Konsumsi bukanlah aktivitas tanpa batas, melainkan terbatas oleh sifat kehalalan dan keharaman yang telah digariskan oleh syara' (Ryan Muhammad, 2019). Dalam islam ada tiga hukum yang berlaku dalam konsumsi yaitu halal, mu'bah dan haram. Halal orang wajib makan, mu'bah dimana seseorang harus berhati-hati dalam makan karena telah mencapai kepuasan optimal. Dan makan menjadi haram jika seseorang

telah mencapai kepuasan maksimum tetapi masih terus menambah barang yang dimakannya.

Hasil wawancara dapat dikemukakan bahwa persepsi konsumen terhadap banyaknya berdiri usaha air minum isi ulang kemasan rumahan mendukung dengan baik agar kebutuhan masyarakat akan air bisa tercukupi. Selain itu pula proses perizinan dengan segala aturannya tetap untuk dipenuhi, termasuk memiliki sertifikat halal MUI sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Dalam hal kepemilikan sertifikat halal usaha air minum isi ulang kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu, persepsi konsumen tidak mengetahui dengan jelas dan benar akan kepemilikan sertifikat halal tersebut. Tetapi menurut konsumen berdasarkan penglihatan langsung tidak ditemukan logo atau label halal MUI yang disematkan, pelaku usaha air minum kemasan belum memiliki sertifikat halal yang diterapkan oleh lembaga LPPOM MUI.

Bagi perkembangan usaha mereka, terlebih dengan adanya pandemi Covid-19 menyebabkan tingkat kepercayaan masyarakat mengalami penurunan yang berdampak pada kepuasan konsumen. Semakin tinggi persaingan bisnis air minum yang dihadapi dan dinamis, sepi pengunjung atau pembeli, kurangnya kualitas produk, kualitas layanan, fasilitas yang belum memuaskan, harga dan label halal menjadi permasalahan yang belum dapat diselesaikan dengan baik. Hanya sebagian konsumen muslim mempertanyakan jaminan produk halal. Akan tetapi justru pada masyarakat tidak memperlakukan sertifikat halal tersebut.

Tujuan konsumsi itu sendiri dalam islam, dimana seseorang muslim akan lebih mempertimbangkan *mashlahah* daripada *utilitas*. Pencapaian *mashlahah* merupakan tujuan dari syariat islam (*maqashid syariah*). Kita mengasumsikan bahwa konsumen cenderung untuk memiliki barang atau jasa yang memberikan *mashlahah* yang diperolehnya.

Terkait permodalan atau pembiayaan dalam proses pemilikan sertifikat halal, masih banyak pelaku usaha air minum isi ulang kemasan rumahan yang berkeberatan atas hal tersebut, padahal saat ini sudah banyak fasilitas pembiayaan sertifikasi halal gratis atau nol persen dari Pemerintah, khususnya untuk pelaku usaha UMK. Namun terkadang UMK ini mengalami keterbatasan dan minim informasi untuk mengakses fasilitas sertifikasi halal. Karena itu, menurut penulis, penting bagi pelaku usaha untuk bersikap pro-aktif dalam mencari informasi. Salah

satunya adalah dengan bergabung dengan komunitas pelaku usaha itu sendiri. Hal yang menjadi penting pula, masih perlu adanya edukasi tentang aplikasi sertifikat halal online. Komunitas atau asosiasi dapat mengundang narasumber untuk memberikan penjelasan atau pelatihan terkait sertifikasi halal. Faktor kesibukan juga merupakan kendala yang membuat pelaku usaha tidak bisa berbuat banyak dalam mencapai kepemilikan sertifikat halal, yang sebenarnya tidak menjadi masalah sangat besar dan urgen.

Disisi lain adalah faktor kurangnya kesadaran pelaku usaha. Dimana kesadaran adalah merupakan kemampuan untuk memahami, merasakan dan menjadi sadar akan sesuatu peristiwa dan objek akan pentingnya kepemilikan sertifikat halal. Semestinya pelaku usaha kini mulai sadar dengan kesadaran sebagai seorang muslim. Hal ini sesuai dengan pendapat Yayat Supriyadi, yang menemukan banyak doktrin islam yang menekankan agar umatnya selalu waspada dari pengaruh makanan haram baik secara langsung maupun tidak langsung. Bahkan Hamid Mahmud Thimaz, mengingatkan bahwa bagi orang islam tidak boleh ada kata *udzur* (terpaksa) yang disebabkan satu hal saja, yaitu keadaan terpaksa (darurat). Perlu adanya kesadaran pelaku usaha akan penting usaha air minum isi ulang kemasan ini secara berkesinambungan untuk menekankan aspek halal dan haram di dalam kehidupan berbisnis, sehingga kepuasan konsumen dapat dicapai pada akhirnya air minum yang dikonsumsi benar-benar memiliki value (nilai) halal dan baik (*halalan thayyiban*).

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa persepsi konsumen mendukung dengan respon yang positif terhadap banyaknya berdiri usaha air minum isi ulang kemasan rumahan di Kabupaten Pringsewu. Dukungan ini dikuatkan dengan sejumlah keinginan dan harapan konsumen terhadap para pelaku usaha yaitu ; pelaku usaha dapat memiliki sertifikat halal MUI, dapat memiliki Surat Izin Usaha yang jelas dan transparan, pelaku usaha dapat meminta dan menerima saran masukan dalam membangun kemajuan usaha mereka, pelaku usaha diharapkan menjaga kebersihan dan kelayakan air minum, pelaku usaha tidak arogan, memperlakukan semua pelanggan atau konsumen dengan arif dan bijaksana ; memperbaiki segala kekurangan dan kelemahannya, pelaku usaha harus hidup berdampingan antar pelaku usaha lainnya, dan tidak menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat. Konsumen berkeyakinan

terhadap pelaku usaha air minum isi ulang kemasan rumahan ada keinginan untuk memiliki sertifikat halal, yang walaupun saat ini mereka belum terealisasi. Faktor belum familier dan tidak ada pendampingan jaminan produk halal juga menjadi kendala mereka.

Minat masyarakat akan produksi air minum isi ulang kemasan rumahan cukup tinggi, hal ini mengindikasikan betapa pentingnya kebutuhan masyarakat akan air. Dari itu, sudah semestinya produk air minum mendapat pengawasan yang ekstra ketat atas kejelasan kehalalannya. Baik bahan maupun segala perbuatannya. Karena islam mengatur umatnya untuk mengonsumsi minuman yang halal lagi baik. Namun pada kenyataannya, produk air minum tersebut belum memiliki sertifikat halal sebagai jaminan halal, sedangkan konsumen di dalamnya adalah konsumen muslim yang gemar mengonsumsi produk air minum kemasan.

Telah jelas sebagai seorang muslim diwajibkan mengonsumsi minuman yang halal dan baik. Dalam islam, halal wujudnya belum cukup karena harus disertai dengan kebaikan di keseluruhan unsurnya, juga sesuai dengan peraturan perundang-undangan Nomor 33 Tahun 2014, dimana sertifikat halal merupakan pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan BPJPH berdasarkan fatwa halal yang tertulis yang dikeluarkan MUI. Artinya produk air minum itu dikatakan halal apabila sudah mendapatkan pengakuan secara tertulis oleh Pemerintah (MUI) dan dibenarkan oleh syariat islam.

Tidak dibenarkan status kehalalan suatu produk minuman apabila mengandalkan persepsi pribadi masing-masing pelaku usaha, bahwa produk minuman tersebut menggunakan bahan-bahan yang halal tanpa ada pengakuan kehalalan tertulis yang dikeluarkan MUI. Dengan tidak mengetahui secara pasti kehalalan produk air minum menurut persepsi konsumen. Konsumen muslim tidak berusaha mencari tahu tentang kejelasan status kehalalan air minum tersebut adalah benar-benar halal dan baik yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat. Berawal dari rekomendasi teman atau kawan akan semakin menambah kepercayaan konsumen muslim. Sejalan dengan penelitian Golnaz et al. berdasarkan studinya menyatakan bahwa kesadaran halal produk ditentukan oleh sikap positif . Sikap positif adalah persepsi yang menguntungkan dari kesadaran halal. Konsumen muslim akan cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang,

memberikan jaminan halal pada suatu produk karena lebih aman, terhindar dari zat atau bahan berbahaya.

Semestinya konsumen muslim berani menanyakan kehalalan produk air minum isi ulang kemasan kepada pelaku usaha. Hal ini terlihat pula kesadaran konsumen muslim juga masih rendah dan menjadi salah satu bentuk kurang pedulinya konsumen muslim akan status kehalalan produk air minum yang dikonsumsinya. Kurang pedulinya konsumen ditandai oleh beberapa hal yaitu ada rasa takut tersinggung, tidak enak hati, dan takut dianggap ikut mencampuri urusan usaha orang lain yang masih membudaya pada kalangan masyarakat di Kabupaten Pringsewu.

Pelaku usaha juga seharusnya tidak merasa tersinggung jika konsumen menanyakan status kehalalan produk air minum yang dipasarkan pada masyarakat. Pelaku usaha harus memiliki sikap bijaksana dan legowo untuk mempersilahkan konsumen memberikan saran, kritikan dengan segala risikonya, serta mempersilahkan untuk melihat proses produksi air minum secara baik dan transparan. Jika dirasa apa yang dipasarkannya memang sudah halal dan sesuai dengan syariat islam.

Apabila konsumen muslim menilai produk air minum isi ulang kemasan adalah halal, dalam persepsinya ternyata masih ada keraguan atas kehalalan produk air minum tersebut, terutama dari bahan penolong, bahan tambahan, ke higienisan, dan kebersihan atau PH (Hasil Pengajuan Air) yang digunakan. Permasalahan tersebut sebenarnya bisa diselesaikan dengan baik, apabila sudah memiliki sertifikat halal sebagai jaminan halal. Namun, diperoleh informasi dari salah satu pemilik usaha air minum Bio Sinar Kerawang yang menyatakan bahwa sertifikasi halal belum menjadi hal yang penting atau darurat untuk dimiliki karena belum ada desakan wajibnya memiliki sertifikat halal oleh Pemerintah dan konsumen muslim (Samingan, Pengusaha air minum isi ulang kemasan bio sinar kerawang, *Wawancara*, 2021).

Dengan mulai diberlakukannya alur sertifikasi halal melalui pernyataan pelaku usaha (*self declare*) oleh Pemerintah melalui lembaga BPJPH sebagai gerakan peduli produk halal yang dapat dilakukan dalam koridor hukum resmi bisa mempermudah pelaku usaha kecil dan menengah memiliki sertifikat halal gratis dengan persyaratan yang cukup fleksibel dan mudah yaitu berupa Nomor Induk Berusaha (NIB). Program sertifikasi halal gratis (Sehati)

diharapkan tidak sebatas isapan jempol belaka. Sebab jika berpijak pada UU JPH semua produk harus bersertifikasi halal. Tetapi perlu disadari, tidak pula semua usaha kecil dan menengah paham dan mampu melakukan sertifikasi produk halal, jadi diperlukan pendamping dalam mengimplementasikan UU JPH.

Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Anwar, yang menyatakan bahwa di Indonesia sebagian besar sertifikasi halal dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar. Sedangkan UKM (Usaha kecil dan Menengah) masih rendah karena kurangnya kesadaran pelaku usaha UKM terhadap pentingnya sertifikasi halal serta keterbatasan dana yang dimiliki dan di Indonesia proses sertifikasi halal bersifat *opsional* (bersifat pilihan bukan keharusan) dan *swadaya* (biaya sendiri) (Anwar, M.K Fahrullah, A&Ridwan, 2018).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian berjudul “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal Dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Air Minum Isi Ulang Kemasan Rumahan Di Kabupaten Pringsewu)”, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Variabel sertifikasi halal belum berpengaruh terhadap pelaku usaha air minum isi ulang kemasan rumahan. Hal ini dibuktikan dengan tidak memilikinya sertifikat halal yang dikeluarkan lembaga BPJPH. Pelaku usaha hanya memiliki legalitas izin dari Dinas Perdagangan, Dinas Kesehatan, dan Dinas PN-PTSP seperti SIUP, NIB, Laik Higien air minum, dan Surat uji laboratorium air. Keberadaan sertifikasi halal terhadap usaha air minum isi ulang kemasan rumahan belum memberikan nilai positif dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Karena untuk mencapai kepuasan konsumen muslim kuncinya harus memiliki sertifikat halal, sehingga tidak ada keraguan akan kehalalan produk air minum isi ulang tersebut. Selain itu, belum adanya kesadaran halal pelaku usaha muslim disebabkan faktor tingkat pemahaman yang rendah terkait masalah sertifikasi halal, sertifikasi halal belum dianggap familier oleh para pelaku usaha sehingga mereka enggan untuk mengurus perizinannya.
- b. Variabel faktor-faktor yang mempengaruhi sertifikasi halal terhadap usaha air minum isi ulang kemasan rumahan disebabkan faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi ;

kurangnya pengetahuan dan keterbatasan informasi, faktor permodalan atau keuangan, faktor kesibukan, kurangnya hubungan harmonis antar pelaku usaha, adanya kesadaran halal yang rendah, kurangnya pembinaan dan sosialisasi sertifikasi halal oleh lembaga terkait (BPJPH), dan sertifikasi halal belum dianggap familier sehingga para pelaku usaha masih mengabaikan proses perizinannya. Faktor-faktor eksternal meliputi : kurangnya penyebaran informasi, kurangnya peran Pemerintah, prosedur sertifikasi, kurangnya sosialisasi dan pembinaan sertifikasi halal. Faktor-faktor tersebut, menyebabkan pelaku usaha air minum isi ulang di Kabupaten Pringsewu hingga saat ini belum memiliki legalitas sertifikat halal, disamping mereka beranggapan bahwa sertifikat halal belum menjadi kebutuhan yang mendesak untuk memilikinya.

- c. Persepsi konsumen terhadap penerapan sertifikasi halal pada bahan termasuk usaha air minum isi ulang kemasan rumahan juga belum memiliki kepedulian, masif, tidak ada rasa kekhawatiran, qonaah (menerima apa adanya), meskipun air minum yang mereka konsumsi sadar atau tidak sadar, cepat atau lambat akan menimbulkan dampak negatif bagi kesehatan. Konsumen seharusnya sudah semestinya memberikan solusi terbaik demi keselamatan, keamanan, dan kenyamanan serta pengawasan atas kejelasan kehalalan produknya, baik bahan maupun segala unsur pembuatnya karena islam mengatur umatnya untuk mengonsumsi minuman halal dan baik (*thayyib*). Sedangkan konsumen di dalamnya adalah konsumen muslim yang gemar mengonsumsi produk air minum isi ulang. Pada umumnya konsumen belum mengetahui ada tidaknya sertifikat halal pada produk air minum isi ulang kemasan rumahan. Dengan ketidaktahuan tersebut, konsumen muslim tidak berusaha mencari kejelasan status kehalalan produk air minum isi ulang kemasan. Dengan kata lain, konsumen mengabaikan pengawasan usaha air minum isi ulang kemasan rumahan tersebut berkaitan diberlakukannya sertifikasi halal.

6. REFERENSI

Abdurrahmad, K. (2017). *Jaminan Produk Halal di Indonesia Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Rajawali pers.

- Ahmad, M., & Yodo, S. (2015). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Abuzar. A., & Sutomo, S. (2014). *Pengantar Statistik 2*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Adiwarman A.K. (2012). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Adiwarman A.K. (2017). *Ekonomi Mikro Islam Edisi 3*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Andri, S. (2019). *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*. Jakarta Timur: Prenada Media Group.
- A. Khumedi J. (2018). *Hukum Perdata Islam di Indonesia Aspek Hukum Keluarga dan Bisnis*. Surabaya: Gemilang.
- Aulia, M. (2018). *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Anton, S., Endang, S., & Umie L. (2018). *Higienitas Sanitasi Pengolahan Air Minum Isi Ulang Rumahan di Kabupaten Lampung Timur dan Kota Metro. Jurnal Perekonomian Penelitian dan Pengembangan*, Vol.3, No.7.
- 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 Certification For Food Industry in Indonesia”, *International Jurnal of Civil Engineering and Technology (IJCET)*. (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 Mengonsumsi 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.id/tahun2012>
- Debbi Nukeriana, "Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan di Kota Bengkulu" *Jurnal Qiyas* (2018). Vol.3, No.1, Tahun 2018
- Endang Tjirosmi, 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 Management* (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 Manajemen & Strategy*. Yogyakarta : Andi Offset, 2005
- Fandy Tjiptono, *Manajemen & 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 Kontemporer*. 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.I* Jakarta: Sinergi Pustaka
- K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius, 2013
- Kementerian Agama RI. (2012). *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 1 Juz 1-3*. Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia.
- Kementerian Agama RI. (2012). *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 2 Juz 4-6*. Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia.

- Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI. (2011). Badan Pembinaan Hukum Nasional Jakarta, *Tim Pengkajian Tentang Peran Serta Masyarakat Dalam Pemberian Informasi Produk Halal*. Jakarta.
- Kementerian Agama RI. (2012). *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 5 Juz 13-15*. Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia.
- 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. M. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Moh. N. (2017). *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia.
- M.B. Miles & Huberman. (1984). *Quality Data Analisis*. Beverly Hills California: Sage Publication Inc.
- Maris W. A. (2021). *Pemahaman Konsep Halal dan Halal Awareness Dalam Perilaku Konsumen Muslim Breatdalk di Surabaya*.
- 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'iyah 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 I*. Jakarta : Erlangga, 2019
- Premi Wahyu Widyaningrum. “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan dan Celebrity 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 Sehati 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, A. K. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono, *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- Syafrida. (tt). *Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-hak Konsumen Muslim*. *Journal hukum*. Vol.7, No.2.
- Anwar, S. (2018). *Pengantar Falsafah Ekonomi dan Keuangan Syariah*. Depok : Raja Grafindo Persada.
- Tim Dosen Kewarganegaraan. (2016). *Modul Pendidikan Kewarganegaraan Untuk Mahasiswa*. Jakarta: Dikti.
- Ruslim, T. S., & Raharjo, M. (2016). *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*. (2015). *UU RI No. 33 Tahun 2014*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Akuntansi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)*. Yogyakarta : Pustaka Baru.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.