

**PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI KOPI MOJAGO
DESA BILALANG SATU KECAMATAN KOTAMOBAGU UTARA**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Magister
Dalam Bidang Ekonomi Syariah**

TESIS

OLEH

FIRMAN ARBI MUTU MOKOAGOW


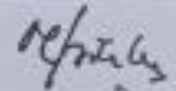


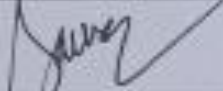
NIM . 2053008



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PROGRAM PASCA SARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MANADO
TAHUN 2022**

PENGESAHAN PENGUJI

Tesis yang berjudul "Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Kopi Mojago Desa Bilalang Satu Kecamatan Kotamobagu Utara" yang ditulis oleh Firman Arbi Mutu Mokoagow, NIM. 2053008, Mahasiswa PPs IAIN Manado Program Studi Ekonomi Syariah telah dinyatakan LULUS ujian tesis yang diselenggarakan pada hari Rabu 03 Agustus 2022 M. bertepatan dengan 05 Muharram 1444 H dan telah diperbaiki sesuai dengan saran-saran dari Tim Penguji pada ujian tersebut.

No	TIM PENGUJI	TANGGAL	TANDA TANGAN
1.	Dr. Nasruddin Yusuf, M.Ag (Ketua Penguji)	26/9/2022	
2.	Dr. Nurliaila Harun, M.Si (Sekretaris Penguji)	16/9/2022	
3.	Dr. Radliyah Hasan Jan, M.Si (Penguji I)	5/9-2022	
4.	Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum (Penguji II/ Pembimbing I)	7/9-2022	
5.	Dr. Yusno Abdullah Otta, M.Ag (Penguji III / Pembimbing II)	7/9-2022	

Manado, 29 Agustus 2022 M
Muharram 1444 H

Dibuat dan disetujui oleh,
Direktur PPs IAIN Manado



Dr. Nasruddin Yusuf, M.Ag

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : FIRMAN ARBI MUTU MOKOAGOW

NIM : 2053008

No. HP : 085298200340

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul “PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI KOPI MOJAGO DESA BILALANG SATU KECAMATAN KOTAMOBAGU UTARA” adalah hasil karya saya sendiri. Ide/gagasan orang lain yang ada dalam karya ini Saya sebutkan sumber pengambilannya. Apabila dikemudian hari terdapat hasil plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan dan sanggup mengembalikan gelar dan ijazah yang saya peroleh sebagaimana peraturan yang berlaku.

Manado, Juli 2022

Yang Menyatakan,



Firman Arbi Mutu Mokoagow

**THE EFFECT OF HALAL LABEL ON INTEREST TO BUY
MOJAGO COFFEE, BILALANG ONE VILLAGE, KOTAMOBAGU
UTARA DISTRICT**

Firman Arbi Mutu Mokoagow

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of the halal label on buying interest in Mojago coffee in Bilalang Satu Village, North Kotamobagu District. This is quantitative research. Data are collected from natural places (not artificial) where the research treats data collection by distributing questionnaires to find out the effect of halal labels on buying interest in selling Mojago coffee. In selecting the sample the researcher used the purposive sampling technique. The samples used were buyers who visited the factory during the research process at the Mojago coffee. The results of this study noted that the calculated F value = 78.639 with a significant level of $0.000 < 0.05$, then the model; regression can be used to predict the halal label variable or in other words there is an effect of the halal label variable on the buying interest variable. Correlation/relationship (R) that is equal to 0.773 from these results obtained a coefficient of determination (R Square) of 0.597 or if it is presented the magnitude of the influence of variable x to variable Y is 59.7%. and 40.3% influenced by other variables. Therefore, it is concluded that (Ha) on the hypothesis is accepted.

Keywords: Halal, Interest in Buying Coffee



**PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI KOPI
MOJAGO DESA BILALANG SATU KECAMATAN KOTAMOBAGU
UTARA**

Firman Arbi Mutu Mokoagow

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label halal terhadap minat beli kopi mojago di desa bilalang satu kecamatan kotamobagu utara. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif metode survei data dikumpulkan dari tempat yang alamiah (bukan buatan) tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data dengan mengedarkan angket untuk mencari pengaruh label halal terhadap minat beli dalam penjualan kopi mojago. Dalam pemilihan sampel ini menggunakan tehnik penarikan sampel menggunakan metode porpositive sampling. Sampel yang digunakan adalah pembeli yang berkunjung selama proses penelitian di pabrik kopi mojago. Hasil penelitian ini diketahui bahwa nilai F hitung = 78.639 dengan tingkat signifikan sebesar $0.000 < 0.05$, maka model; regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel label halal atau dengan kata lain ada pengaruh variabel label halal terhadap variabel minat beli. korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0.773 dari hasil tersebut didapatkan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.597 atau jika dipresentasikan besarnya pengaruh variabel x ke variabel Y yaitu 59.7%. dan 40,3% dipengaruhi oleh variabel lain. Maka dapat disimpulkan bahwa (H_a) pada hipotesis diterima.

Kata Kunci : *Halal, Minat Beli Kopi*

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah swt. Karena atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, petunjuk serta pertolongan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Salawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad saw, keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya yang setia hingga akhir zaman.

Penulisan tesis ini yang berjudul **-Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Kopi Mojago Desa Bilalang Satu Kecamatan Kotamobagu Utara** ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi, konsentrasi Ekonomi Islam pada Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.

Selesainya penulisan tesis ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada berbagai pihak yang turut memberikan andil, baik secara langsung maupun tidak langsung, moral maupun material. Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Delmus Puneri Salim, MA,M.Res Ph.D selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, para wakil Rektor I,II dan III, serta seluruh Staf IAIN Manado yang telah memberikan pelayanan maksimal kepada penulis.
2. Dr. Nasruddin Yusuf, M.Ag selaku Direktur Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, sekaligus penguji tesis, diucapkan terima kasih atas ilmu, masukan kritikan dan saranya.
3. Dr. Nurlaila Harun, M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, sekaligus sekretaris penguji diucapkan terima kasih atas ilmunya, masukkan kritikan dan sarannya.
4. Dr. Rosdalina, M.Hum dan Dr. Yusno Abdullah Ota, M.Ag, selaku pembimbing I dan Pembimbing II terima kasih atas bimbingannya yang dapat memperluas wawasan keilmuan penulis.
5. Para Dosen Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, dengan segala jerih payah dan ketulusan, membimbing dan memandu perkuliahan, sehingga memperluas wawasan keilmuan penulis.
6. Kepala Perpustakaan Program Pascasarjana dan Perpustakaan Pusat Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, beserta segenap stafnya yang telah menyiapkan literatur dan memberikan kemudahan untuk dapat memanfaatkan secara maksimal demi penyelesaian tesis ini.
7. Para Staf Tata Usaha di lingkungan Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado yang telah banyak membantu penulis dalam penyelesaian administrasi selama perkuliahan dan penyelesaian tesis ini.
8. Kedua orang tua penulis, ayahanda Rusly Mokoagow dan Ibunda Hamina Mokoagow penulis haturkan penghargaan teristimewa dan ucapan terima kasih yang tulus, dengan penuh kasih sayang dan kesabaran serta pengorbanan mengasuh, membimbing, dan mendidik, disertai doa yang tulus kepada penulis. Juga kepada Kaka-kaka saya Satriawaty Mokoagow, Sumy Susanty Mokoagow, Triharsi Mokoagow yang setia mendampingi selama proses penelitian ini berlangsung dan sahabat, teman, seseorang yang penulis cintai serta

keluarga besar saya yang ada di bilalang satu yang sudah memberikan do'a kasih sayang, motivasi selama penulis melaksanakan studi.

9. Keluarga besar Institut Agama Islam Muhammadiyah Kotamobagu tempat penulis mengabdikan diri, terkhusus kepada Rektor IAI Muhammadiyah Kotamobagu, beserta pimpinan dibawahnya yang telah banyak memberikan dorongan, semangat dan motivasi kepada penulis.
10. Seluruh Rekan-rekan mahasiswa (i) Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu. Telah memberikan bantuan, motivasi, kritik, saran, dan kerjasama selama perkuliahan dan penyusunan tesis ini.

Akhirnya, dengan lapang dada penulis mengharapkan masukan, saran dan kritikan-kritikan yang bersifat membangun demi kesempurnaan tesis ini. Kepada Allah swt. Penulis panjatkan doa, semoga bantuan dan ketulusan yang telah diberikan, senantiasa bernilai ibadah di sisi Allah swt, dan mendapat pahala yang berlipat ganda. Amin.

Kotamobagu, 11 Juli 2022



Firman Arbi Mutu Mokoagow

Nim : 2053008

DAFTAR ISI

SAMPUL COVER TESIS	i
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	13
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian	13
E. Manfaat Penelitian	13
F. Penelitian Terdahulu	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Minat Beli.....	19
B. Minat Beli Konsumen	21
C. Indikator Minat Beli	29
D. Tahap-Tahapan Minat Beli.....	32
E. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	33
F. Indikator Minat Beli Konsumen.....	35
G. Pengertian Label.....	35
H. Tipe-Tipe Label.....	36
I. Tujuan Pelabelan	37
J. Label Halal	38
K. Halal dan Haram terkait Makanan dan Minuman	63
L. Regulasi Terkait Sertifikasi Halal	70
M. Sejarah dan Budaya Kopi di Indonesia	71
N. Jenis-jenis Kopi Populer di Indonesia	72
O. Kerangka Penelitian dan Hipotesis.....	75
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Sifat Dan Jenis Penelitian.....	76
B. Pendekatan Penelitian	76
C. Data Yang Dikumpulkan.....	76
D. Sumber Data.....	76
E. Tehnik Pengumpulan Data.....	77

F. Teknik Pengelolaan Data	77
G. Teknik Analisis Data.....	77
H. Waktu Dan Tempat Penelitian	78
I. Uji Validitas	78
J. Uji Reabilitas.....	80
K. Uji Hipotesis.....	82
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	83
1. Visi Misi Kopi Mojago.....	83
2. Alur Produksi	83
3. Struktur Pabrik Kopi Mojago	84
B. Karakteristik Responden berdsarkan Umur	85
C. Karakteristik Responden Berdasrkan Jenis Kelamin	86
D. Hasil Penelitian	87
1. Uji Validasi	87
2. Analisis Deskriptif Variabel X (Label halal)	88
3. Analisis Deskriptif Variabel Y (Minat Beli)	91
4. Uji Hipotesis Menggunakan Pendekatan Analisis Regresi Linear Sederhana	94
a) Uji F	94
b) Uji T	94
c) Uji R.....	95
E. Pembahasan Hasil Penelitian	96
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	99
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tanaman Kopi Arabika di Gunung Malabar Jawa Barat	73
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian dan Hipotesis.....	75
Gambar 4.1 Alur Produksi	83
Gambar 4.2 Struktur Pabrik Kopi Mojago	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan Per Tahun Kopi Mojago	12
Tabel 1.2 Produksi Per Tahun Kopi Mojago	12
Tabel 3.1 Uji Validitas Variabel X (Label Halal)	78
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli).....	79
Tabel 3.3 Uji Reabilitas Variabel X (Label Halal).....	81
Tabel 3.3 Uji Reabilitas Variabel Y (Minat Beli)	82
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdsarkan Umur	85
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	86
Tabel 4.3 Uji Validasi	87
Tabel 4.4 Rekapitulasi jawaban Responden Tentang Label Halal.....	88
Tabel 4.5. Rata-Rata Penilaian Responden pada kuisisioner Label Halal	90
Tabel 4.6 Rekapitulasi jawaban Responden Tentang Minat Beli	91
Tabel 4.7. Rata-Rata Penilaian Responden pada kuisisioner Minat Beli.....	93
Tabel 4.8. Uji Hipotesis Uji F Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli.....	94
Tabel 4.9. Uji Hipotesis Uji T Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli	95
Tabel 4.10. Uji Hipotesis Uji R Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli	95

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dilihat dari kaca mata sejarah, hingga saat ini Kopi masih termasuk salah satu komoditas yang diperdagangkan di beberapa perkebunan dan memiliki kesempatan untuk dikembangkan dalam konteks komersial untuk meningkatkan pendapatan baik bagi pengusaha maupun petani. Ternyata, kopi dinilai mampu memberikan penghasilan tambahan bagi penerimaan devisa negara secara keseluruhan maupun daerah pusat penghasil.¹

Konsumen akan memikirkan sejumlah faktor saat melakukan pembelian. Upaya pemasaran seringkali lebih terfokus pada keputusan pemilihan merek pengganti untuk lini produk tertentu. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa rencana pemasaran sering dibuat untuk memenuhi tujuan merek produk tertentu. Ini tidak berarti bahwa pilihan mengenai merek tertentu akan menjadi satu-satunya faktor dalam keputusan pembelian.

Dalam Islam, kebiasaan membeli seseorang harus menjadi cerminan hubungannya dengan Allah SWT. Setiap tindakan yang dia lakukan, seperti berbelanja setiap hari, tidak lebih dari ekspresi mengingat Allah. Untuk menjamin keselamatan hidupnya di akhirat, ia memilih jalan yang dibatasi oleh Allah dengan menghindari memetik komoditas kotor dan menahan diri dari hemat atau rakus.²

Ajaran Islam menuntut agar barang yang ditelan dipastikan halal dan murni sesuai dengan itu. Menurut keyakinan Islam, diwajibkan untuk mengikuti aturan dan merupakan persyaratan agama untuk mengkonsumsi hanya apa yang adil, suci, dan baik.

Menurut beberapa ayat dan hadits, ini dijelaskan, dalam QS. Al-Baqarah/2:17:

¹ Iskandar, *-Peran PT.Bank Aceh Syariah dalam Meningkatkan Produktivitas Usaha Tani Kopi Di Kabupaten Gayo Lues Studi Kasus Kecamatan Blangkejeren* (Banda Aceh : UIN Ar-Raniry, 2020). H 24.

² Muhammad Muflih, *-Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta;PT.Raja Grafindo Persada, 2006). 12

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿٥٦﴾

Terjemahnya:

*“Hai orang-orang yang beriman, makanlah diantara rizki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.”*³

Ayat ini menganjurkan orang untuk makan makanan halal (ayyiban). Sementara ayyiban, atau makanan yang sangat baik, didefinisikan sebagai makanan yang mengandung nutrisi yang dibutuhkan tubuh, halal didefinisikan dalam istilah agama sebagaimana digariskan dalam Al-Qur'an. Seorang Muslim hanya diperbolehkan makan makanan halal, menurut Islam.

Selain halal, tapi juga baik. Baik dimaknai oleh para akademisi sebagai nutrisi yang sesuai dengan norma kedokteran. Setiap pangan impor dalam kemasan yang akan dikonsumsi harus tersedia untuk diperiksa oleh masyarakat umum. Kebutuhan utama adalah nilai tambah dengan label halal.⁴

Menurut Rukmana Salah satu sektor perkebunan yang banyak ditanam dan diminati oleh mayoritas masyarakat petani dan pekebun di Indonesia adalah perkebunan kopi. Mengingat Indonesia merupakan salah satu negara yang melintasi garis khatulistiwa yang memiliki iklim yang relatif stabil, suhu tinggi dan tanah yang subur di dataran tinggi, menjadikan kopi sebagai tanaman yang memang harus dibudidayakan dan dijaga keaslian serta kelestariannya oleh masyarakat Indonesia. Salah satu anugerah terbaik yang diberikan Tuhan kepada Indonesia yang bisa berpotensi membuat Indonesia memiliki peluang menjadi penghasil maupun salah satu pengimpor kopi terenak di dunia.⁵

Indonesia terdiri dari berbagai pulau, tentu kopi yang dihasilkan dari berbagai pulau maupun antar daerah tersebut memiliki aroma dan rasa yang

³ Kementerian Agama RI, *-Al-Qur'an dan Terjemahnya Madinah*||: Mujamma_ Khadim al Haramain asy-Syarifain al Malik Fahd li thiba_at al Mush-haf asy-Syarifl, (2013),50

⁴ Dewi Kurnia Sari and Ilyda Sudrajar, *_Analisis Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara*’, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2019), 1689–99.h.2

⁵ Wendah Asyani, Fathurrahman Djamil, and Arief Safari, *_Menguraikan Solusi Dalam Masalah Peningkatan Sharia Compliance*’, *Jurnal Liquidity*, 8.2 (2019), 161–73.

berbeda. Interaksi antara iklim, jenis tanah, varietas kopi dan metode pengolahan telah membuat kopi menjadi daya tarik dunia. Komoditas kopi masih memiliki peranan yang relatif penting dalam perekonomian Indonesia, meskipun hanya menyumbang 0,5% dari seluruh komoditas.⁶

Kopi berfungsi sebagai sumber pendapatan bagi petani kopi, sumber devisa, dan kesempatan kerja melalui kegiatan budidaya, pengolahan, pemasaran dan perdagangan (ekspor dan impor). Hingga tahun 2012, Indonesia menduduki peringkat kedelapan sebagai eksportir kopi dunia dalam perdagangan internasional, setelah Italia, Honduras, Swiss, Kolombia, Jerman, Vietnam, dan Brasil menurut Trade Map. Oleh karena itu, kopi merupakan salah satu subsektor penanaman komoditas ekspor yang dapat menambah devisa negara. Menurut data yang ada, tujuan utama ekspor kopi Indonesia adalah Amerika Serikat, Malaysia, Jepang, Jerman, dan Italia. Perkembangan kopi Indonesia di negara tujuan ekspor utama yang paling menjanjikan adalah di Amerika Serikat.⁷

Kopi adalah salah satu tanaman yang paling penting untuk tumbuh, setidaknya untuk dua hal. Salah satunya didasarkan pada sisi produksi. Pabrik tersebut mendukung perekonomian melalui basis produksi bahan baku dan basis penyerapan energi tenaga kerja. Pada tahun 2012, produksi kopi Indonesia mencapai 8,8% dari total produksi global, menjadikan Indonesia sebagai produsen kopi terbesar ketiga di dunia setelah Brazil dan Kolombia). Luas tanam kopi pada tahun 2013 merupakan terbesar ketiga setelah kelapa sawit, teh dan karet. Pada tahun 2010, luas perkebunan kopi lokal diperkirakan mencapai 96,07% dari total luas perkebunan kopi di Indonesia, sedangkan produksi perkebunan penduduk lokal mencapai 95,78 li dari total produksi kopi, sedangkan produksi perkebunan milik negara dan perkebunan swasta hanya 2,05 inci per perkebunan. Estimasi 2011-2014 juga menunjukkan proporsi yang relatif sama. Hal ini mengakibatkan perkebunan rakyat berperan penting dalam produksi kopi nasional. Selain itu, sektor kopi memainkan peran penting dalam pembangunan pedesaan karena daerah penanaman kopi tersebar di seluruh wilayah Indonesia yang tidak termasuk di

⁶ Asyani, Djamil, and Safari.

⁷ Wendah Asyani, Fathurrahman Djamil, and Arief Safari, 'Menguraikan Solusi Dalam Masalah Peningkatan Sharia Compliance', *Jurnal Liquidity*, 8.2 (2019), h.2.

daerah perkotaan. Sesuai dengan perintah Menteri Pertanian 3399/Kpts/PD.310/10/2009 Mengidentifikasi kopi dan 14 komoditas lainnya sebagai komoditas strategis yang memiliki keunggulan nasional dalam rangka Mengutamakan promosi dan pengembangan.⁸

Penggunaan kopi telah mendarah daging dalam budaya Indonesia secara keseluruhan, terutama di kalangan orang tua dan baru-baru ini di kalangan anak-anak dan remaja. Salah satu minuman yang tidak pernah hilang sama sekali dari keseharian masyarakat Indonesia di segala usia adalah kopi yang sudah diolah dengan air hangat dan ditambah gula atau es sesuai selera.

Para peminat kopi pasti akan terus berkembang pesat yang nantinya juga bisa berimbas pada Industri kopi Indonesia. Mengingat semakin maraknya kafe-kafe dan kedai penyedia aneka olahan kopi yang sudah dicampur dengan bahan ekstra lainnya bisa dijumpai hampir di setiap area manapun. Hal ini tentu tidak lepas dari peranan minat beli para konsumen atau penikmat kopi.

Dalam jurnalnya menyatakan bahwa Minat beli termasuk perilaku konsumen yang menjadi dasar dan syarat utama konsumen membeli suatu barang maupun pangan. Minat beli konsumen adalah istilah bagi konsumen untuk memilih di antara beberapa merek milik suatu tim produksi sebelum memutuskan untuk membeli barang pangan yang diproduksi. Beberapa metode atau proses penentuan pilihan yang telah dilalui konsumen atau calon pembeli ditentukan oleh item atau layanan mempertimbangkan. Minat beli adalah kondisi konsumen dan seberapa jauh terbukti komitmen adalah tempat pembelian dilakukan.⁹

Salah satu minat beli pelanggan juga ditentukan oleh halal tidaknya suatu bahan atau barang pangan yang diproduksi. Terutama bagi konsumen yang memeluk agama Islam. Halal atau tidak juga menjadi penentu ia jadi membeli suatu barang pangan atau tidak.

⁸ Siska Fibriliani Sahat, Nunung Nuryartono, and Manuntun Parulian Hutagaol, 'Analisis Pengembangan Ekspor Kopi Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 5.1 (2018), 63–89 <<https://doi.org/10.29244/jekp.5.1.63-89>>.h.1

⁹ Winda Ayu Ardiyastuti, 'Analisis Faktor Minat Beli Konsumen Perempuan Di Kedai Kopi Balakosa Food And Beverage', *Skripsi*, 2021.h.17

Labeling Halal, yang secara teori adalah label yang memberi tahu konsumen bahwa suatu produk memang halal dan nutrisi yang dikandungnya tidak mengandung zat-zat yang berbahaya atau dilarang oleh agama, memungkinkan konsumen untuk memakan produk tersebut. Akibatnya, barang tanpa label halal pada kemasannya dianggap belum mendapat izin dari lembaga yang berwenang (LPPOM-MUI) untuk masuk dalam daftar barang halal atau masih dalam pertimbangan status halal. Pelanggan Muslim akan berhati-hati dalam menentukan apakah akan mengkonsumsi barang yang tidak memiliki label halal karena tidak adanya label tersebut.¹⁰

Makanan halal sangat penting bagi umat Islam. Setiap Muslim diwajibkan untuk makan makanan halal. Hukum Islam mengatur bagaimana memenuhi kebutuhan pangan manusia yang baik dan sehat sesuai kewajiban umat muslim, sebagaimana yang telah dinyatakan dalam ayat 88 Qur'an Surat Al Maidah. Al-Qur'an menegaskan bahwa makanan halal adalah semua jenis makanan maupun minuman yang dilegalkan untuk bisa dikonsumsi menurut sudut pandang Islam berlandaskan apa yang telah tercantum dalam Al-Qur'an maupun Hadist.¹¹

Tentu landasan tersebut tidak boleh dilanggar oleh umat Islam, seperti yang telah dijelaskan dan dipertegas dalam Qur'an surah Al-Maidah ayat 3. Dalam aturan agama islam, semua muslim harus senantiasa makan makanan halal. Arti Halal bukan hanya sebatas diperbolehkan dikonsumsi saja, tetapi juga terjamin kebersihan tempat maupun wadah saat memproduksinya. Makanan yang kita makan memang harus halal dan bersih, karena semua makanan yang kita makan dan telah masuk ke dalam tubuh akan meresap dalam tubuh kita dan diubah menjadi sumber energi utama yang memudahkan tubuh bisa beraktivitas sebagaimana mestinya. Untuk itu makanan yang kita makan harus halal, bersih, sehat dan baik agar tidak membawa dampak yang buruk bagi tubuh kita.

¹⁰ Eri Agustian H dan Sujana.,-Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall_s Conellol ",*Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*,1.no.2(2013);h.2.

¹¹ anggit Listyoningrum, *Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya*, *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 2012, II.h.1.

Umat muslim memang senantiasa dianjurkan untuk lebih berhati-hati saat memilih makanan dan menghindari makanan yang tidak berlabel halal.¹² Apalagi sajian kuliner di Indonesia sangat beragam. Persaingan pasar pangan yang super ketat baik nasional hingga kancah internasional, membuat perusahaan satu dengan yang lain saling bersaing, beradu dan berebut dalam menciptakan produk yang menarik dan unik untuk memikat minat konsumen, baik dari dalam maupun luar negeri. Hampir setiap saat dunia mengeluarkan produk baru, Indonesia juga termasuk salah satunya, setiap produk baru kuliner keluar umat muslim pasti akan penasaran dan segera mencari tahu baik tidaknya maupun halal tidaknya suatu produk, sesuai ajaran yang telah dicantumkan dalam Al-Qur'an dan Hadits.¹³

Meskipun demikian, Produsen harus tetap memperhatikan kehalalan produknya guna meningkatkan penjualan produknya terutama jika targetnya memang umat muslim. Makanan dan minuman halal harus sesuai hukum syariah dan patut dijadikan perhatian prioritas bagi umat islam. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh sassa ambarani pada tahun 2020, yang merujuk pada suatu penjelasan yang disampaikan oleh seorang pakar definisi minat beli adalah sesuatu yang muncul setelah adanya rangsangan terhadap suatu produk yang dilihatnya, diikuti oleh keinginan untuk membeli dan memilikinya. Niat beli didasarkan pada keyakinan konsumen terhadap kualitas produk dan terbentuk sesuai dengan perilaku konsumen terhadap produk tersebut. Berkurangnya kepercayaan konsumen terhadap suatu produk dapat menyebabkan turunnya minat beli konsumen. Minat beli adalah suatu kondisi yang ada sebagai respon terhadap suatu objek yang menjelaskan keinginan konsumen untuk melakukan sesuatu membeli.¹⁴

Label adalah bagian dari produk yang memuat berita tentang produk yang terdapat dalam kemasan. Pada label, konsumen dapat menemukan informasi tentang nama produk, bahan yang digunakan, nama dan alamat produsen, umur simpan produk, dan cakupan kehalalan produk. Menurut

¹² Aldy Pratama Simatupang, '_No Title', *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Pizza Hut Kota Medan)*, 2017 <<https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/3255>>.h.1.

¹³ Simatupang.11

¹⁴ Sassa Ambarini, -Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pendidik Makanan Kemasan Berlabel Halal Di Kota Banda Aceh, (*Skripsi* : 2020). Hal.2

peraturan pemerintah. Pasal 2 ayat 1 pelabelan dan iklan pangan nomor 69 tahun 1999 -setiap orang yang memproduksi atau mengimpor pangan kemasan untuk diperdagangkan di dalam negeri wajib membubuhkan label pada atau pada pangan kemasan¹⁵.

Label adalah bagian dari produk yang memuat berita tentang produk yang terdapat dalam kemasan. Pada label, konsumen dapat menemukan informasi tentang nama produk, bahan yang digunakan, nama dan alamat produsen, umur simpan produk, dan cakupan kehalalan produk. Menurut peraturan pemerintah. Pasal 2 ayat 1 pelabelan dan iklan pangan nomor 69 tahun 1999 -setiap orang yang memproduksi atau mengimpor pangan kemasan untuk diperdagangkan di dalam negeri wajib membubuhkan label pada pangan kemasan¹⁶.

Halal menjadi parameter utama dalam proses pemilihan produk. Peraturan tersebut membatasi masuknya produk kuliner dan minuman ke pasar muslim. Sudah menjadi tanggung jawab setiap muslim untuk memastikan makanan dan minuman yang dikonsumsi halal, untuk memudahkan mengetahui makanan mana yang halal, terutama minuman pada kemasannya, dapat ditinjau kembali terhadap label halal yang tertera pada kemasan minuman. Labeling pada makanan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan.¹⁷

Makanan halal khususnya pada produk yang dijual di Indonesia sangat penting untuk melindungi warga muslim dari mengonsumsi makanan yang tidak halal. Penjelasan keputusan pembelian menggunakan studi gap, pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan studi lain menunjukkan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.¹⁸

¹⁵ Sassa Ambarrini, -Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pendidik Makanan Kemasan Berlabel Halal Di Kota Banda Aceh, (*Skripsi* : 2020). Hal.20-21.

¹⁶ Aldy Pratama Simatupang, *„Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Pizza Hut Kota Medan)„*, 2017 <<https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/3255>>.h.12.

¹⁷ RIKKA Rina Masitoh Hariyadi³, *„Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Minat Beli Luwak White Coffe Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda„*, *Ekonomia*, 5.3 (2016), h.2.

¹⁸ Anjang Sudrajat, -Analisi Pengaruh Pencantuman Merek, Kemasan, Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makanan Cepat Saji Waralaba Internasional Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasil, *Universitas Muhammadiyah Surakarta* : (2018). H.6.

Pencantuman logo halal dalam bentuk label halal merupakan upaya melindungi konsumen muslim yang merupakan konsumen terbesar di Indonesia. Jumlah konsumen muslim di Indonesia mencapai 235 juta atau 87%. Kewajiban pencantuman label halal dapat membantu konsumen muslim untuk dapat mengidentifikasi produk yang dikonsumsinya, dimana pencantuman label halal dapat dilakukan oleh perusahaan yang telah memperoleh sertifikat halal MUI.

Label halal yang tercantum pada suatu produk akan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Pencantuman label halal pada produk dilakukan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen muslim, dikarenakan banyaknya permasalahan pada produk-produk yang mengandung bahan-bahan yang tidak halal untuk dikonsumsi. Dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk, secara langsung akan meningkatkan kepercayaan serta minat beli konsumen muslim. Label halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli produk. Label halal adalah standar halal menurut agama Islam dimana konsumen dapat memiliki informasi yang berkaitan dengan kehalalan suatu produk. Label halal adalah bagian dari sebuah barang yang berupa keterangan-keterangan tentang produk tersebut.

Untuk menarik pelanggan, pelabelan adalah komponen penting dari suatu produk yang membutuhkan pertimbangan yang cermat. Jika suatu produk telah mendapatkan sertifikat halal dari LPPOM MUI, label -halal dapat dicantumkan pada kemasannya (POM, 2019). Keputusan konsumen muslim untuk memanfaatkan suatu produk dipengaruhi oleh adanya label halal pada kemasan produk. Mengklaim bahwa sentimen pelanggan dan dampaknya terhadap minat perilaku dalam membeli suatu produk secara signifikan dipengaruhi oleh label halal, religius, dan halal pada item.

Label halal pada kemasan setiap produk sangat penting bagi konsumen Islam. Sertifikasi Halal MUI pada produk pangan, obat-obat, kosmetika dan produk lainnya dilakukan untuk memberikan kepastian status kehalalan, sehingga dapat menentramkan batin konsumen dalam mengkonsumsinya. Daftar kosmetik yang memiliki sertifikat halal MUI pada tahun 2018 tercatat sebanyak 172 kosmetik berlabel halal (halalcorner, 2018).

Untuk menarik pelanggan, pelabelan adalah komponen penting dari suatu produk yang membutuhkan pertimbangan yang cermat. Jika suatu produk telah mendapatkan sertifikat halal dari LPPOM MUI, label -halal dapat dicantumkan pada kemasannya. Keputusan konsumen muslim untuk memanfaatkan suatu produk dipengaruhi oleh adanya label halal pada kemasan produk. mengklaim bahwa sentimen pelanggan dan dampaknya terhadap minat perilaku dalam membeli suatu produk secara signifikan dipengaruhi oleh label halal, religius, dan halal.¹⁹

Pilihan pembelian suatu produk pada dasarnya didorong oleh minat konsumen terhadap pasar. Proses belajar dan proses mental yang membentuk cara pandang menjadi sumber minat beli. Minat beli yang dihasilkan menimbulkan motivasi dan keinginan dalam otak konsumen, yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi keinginannya, akan mewujudkan apa yang ada dalam pikiran konsumen tersebut. Minat merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Minat merupakan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk dengan mencari informasi tambahan.

Minat merupakan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk dengan mencari informasi tambahan. Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mengetahui kualitas toko online, kemudian konsumen akan membangun kepercayaan atas hasil informasi yang didapat dan mempertimbangkan risiko yang dapat ditimbulkan.

Salah satu perintis Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang ada di wilayah Sulawesi Utara tergugah untuk memperkenalkan produk asli usahanya dan siap bersaing antar para pengusaha daerah maupun provinsi, yaitu sebuah produk kopi alami yang diproduksi mandiri sekaligus dibantu oleh beberapa anggota keluarganya yang terletak di salah satu wilayah desa Bilalang Satu, Kota Kotamobagu.

Mengutip dari perkataan kabiro Perekonomian Provinsi Sulut Hanny Wajong sekaligus yang menjadi inspirasi perintis sekaligus pemilik usaha

¹⁹ Ahmad Haris.,-*Halal Di Kemasan Belum Tentu Halal Dimakan*||,diakses tanggal 05 April 2022 dari <http://harisahmad.com>

kopi Mojago yang dikutip dari Bisnis.com pernah mengatakan dalam salah satu wawancaranya, –Kopi sulut memiliki cita rasa yang khas, juga cocok di lidah para penikmat kopi. Hal ini yang membuat saya yakin bahwa kopi sulut bisa berpotensi membantu meningkatkan perekonomian daerah.²⁰

Berkat kemajuan teknologi juga perubahan situasi yang ada, kini para produsen kopi terenak sudah bisa ditemukan di berbagai wilayah Indonesia, Kotamobagu salah satunya, jadi khusus masyarakat Sulawesi Utara jika ingin menemukan kopi yang masih alami tanpa campuran bahan lainnya tidak perlu bersusah payah mengeluarkan biaya untuk ke Jawa, karena kopi dengan cita rasa enak (meskipun tanpa gula tetap saja pahit) dan alami ternyata bisa kita temukan di salah satu desa yang ada di wilayah Kotamobagu, tepatnya terletak di wilayah Bilalang I, Kotamobagu Utara.

Memang benar adanya, karena Kotamobagu merupakan salah satu daerah yang tercatat sebagai penghasil kopi terbanyak se-Sulawesi Utara. Kotamobagu memiliki luas wilayah 108,9 km, dimana merupakan salah satu daerah mayoritas dataran tinggi karena terpit oleh pegunungan dan persawahan. Oleh karena itu sebagian besar aktivitas masyarakat pekerjaannya lebih merujuk ke pertanian dan perkebunan, meskipun ada sebagian juga yang bekerja di perusahaan, bidang pendidikan maupun perindustrian.

Di antaranya sebagai pekebun Kopi. Dan salah satu desa yang terkenal sebagai daerah penghasil kopi di wilayah kotamobagu, tepatnya Kotamobagu Utara adalah desa Bilalang. Sejak dulu dari kisah yang diceritakan turun temurun, desa Bilalang memang sudah dikenal sebagai penghasil maupun pengedar kopi olahan dalam bentuk bubuk ke beberapa daerah bahkan hingga ke tingkat provinsi.

Salah satu daerah yang saya jadikan sebagai tempat penelitian, yaitu desa Bilalang I kecamatan Kotamobagu Utara ternyata menyimpan hal menarik terkait kopi yang diproduksi. Rupanya mereka memproduksi 3 jenis kopi. Ada Kopi Mojago, Sinondak dan Dinodog dimana fakta yang tak kalah menarik adalah kopi-kopi tersebut persaingan penjualannya sudah berhasil tembus pasar nasional dan tentunya hal itu memberikan dampak positif dalam

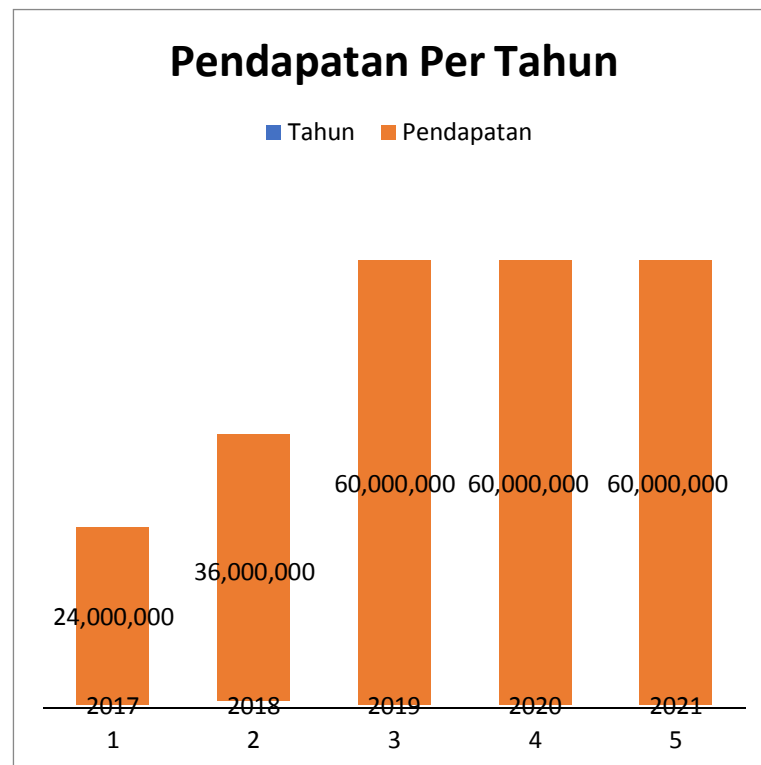
²⁰<https://sulawesi.bisnis.com/read/20201122/539/1320943/mengemas-kopi-sulut-lebih-kekinian>, diakses tanggal 14 Juni 2022.

meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya di wilayah Kotamobagu Utara, desa Bilalang I. Kopi mojago berdiri pada tahun 2015 yang didirikan oleh ibu Sumy Susanti Mokoagow, dimana pada saat itu kopi tersebut sudah memiliki dua jenis kopi yang dipasarkan yaitu kopi mojago original dan kopi mojago jahe kopi tersebut masih diproduksi secara mandiri menggunakan peralatan seadanya begitu juga dengan tempat produksinya masih dilakukan pada dapur rumah, serta menggunakan kemasan transparan seadanya tanpa adanya kemasan yang mempunyai keterangan serta label halal, pada saat produksi tahun pertama wilayah penjualannya masih sangat kecil hanya dilakukan pada wilayah sekitar kotamobagu karena sulitnya mendapatkan akses untuk bisa meningkatkan penjualan terutama pada toko-toko besar.²¹Pendapatan pada tahun pertama masih sangat kecil yaitu kurang lebih Rp. 200.000 per bulan dan Rp 2.400.000 Per tahun dikarenakan saat itu penjualan masih belum memiliki izin usaha serta memiliki label lainnya. Pada tahun 2018, pemilik usaha mulai berkoordinasi dengan pemerintah kota untuk meningkatkan daya jual usaha, dimana pemilik mulai memperbaiki dan menata usaha kopi tersebut dengan membuat kemasan sendiri dan mengurus surat izin usaha dalam penjualan kopi, pemilik juga tidak lupa untuk berkoordinasi dengan beberapa pihak terkait penjualan kopi salah satunya pengurusan pencantuman label halal pada kemasan. Dan pada tahun 2018 penjualan kopi mojago mendapatkan izin serta berhak mencantumkan label halal setelah dilakukannya uji produk oleh pihak setempat, setelah semua syarat usaha didapatkan pemilik mulai berkordinasi dan pihak-pihak setempat mulai dari toko dan warung di sekitar tempat usaha dan juga melakukan kontrak kerjasama dengan indomaret se sulawesi dan gorontalo dalam penjualan kopi, pada tahun 2018 Mulai terjadinya peningkatan pembelian Kopi Mojago yaitu sebesar Rp. 36.000.000 per tahun dibandingkan tahun sebelumnya yaitu hanya sebesar Rp. 24.000.000 per tahunnya.²²

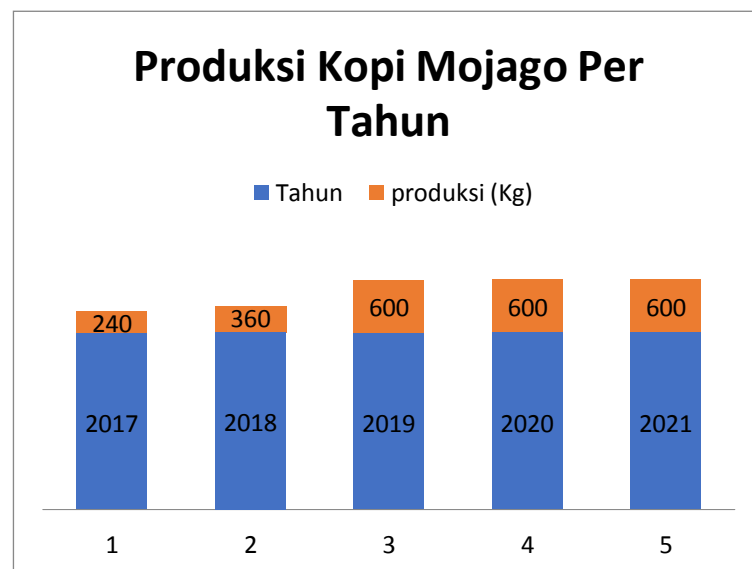
²¹ Sumy Susanti Mokoagow, Pabrik Kopi Mojago,2022

²² Sumy Susanti Mokoagow, Pabrik Kopi Mojago,2022

Tabel.1.1



Tabel.1.2



Sumber : Pabrik Kopi Mojago, Tahun 2022

Berdasarkan pembahasan di atas terlihat sangat penting untuk melakukan penelitian di desa tersebut khususnya pada penjualan kopi, maka dengan ini peneliti dapat melihat adanya objek yang dapat mempengaruhi

terjadinya peningkatan penjualan dan kali ini peneliti berasumsi bahwa salah satu yang dapat mempengaruhi terjadinya peningkatan atau meningkatnya minat beli karena dipengaruhi oleh label khususnya label halal yang terdapat pada kemasan kopi mojago.

B. Batasan Masalah

1. Penelitian ini dilakukan dipabrik Kopi desa Bilalang I
2. Berfokus pada produk kopi Mojago yang dikemas,
3. Penelitian dipusatkan pada produk kopi yang sudah tercantum label halal
4. Penelitian dilakukan pada Kafe Kopi Mojago.

C. Rumusan Masalah

Apakah label halal berpengaruh terhadap minat beli kopi mojago desa Bilalang satu kecamatan Kotamobagu Utara?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh label halal terhadap minat beli kopi mojago.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu ekonomi syariah tentang pentingnya menganalisis pengaruh label halal terhadap minat beli pada kopi mojago serta meningkatkan sumber atau referensi tentang pengaruh label halal terhadap minat beli.
2. Manfaat bagi peneliti selanjutnya
Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai penelitian pembanding bagi penelitian selanjutnya yang sejenis.
3. Manfaat praktis
Manfaat bagi tempat penelitian yakni sebagai bahan evaluasi terhadap pengambilan keputusan atau kebijakan dalam perusahaan mengenai

label halal dapat memaksimalkan minat beli untuk produk kopi mojago.

F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

- 1) Penelitian dilakukan oleh Anggit Listyoningrum dan Albari dengan judul -Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Labelnya. Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan subjek mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah mengetahui suatu produk mempunyai jaminan kehalalannya. Dengan pengambilan sampel 100 responden dimana pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode angket atau Kuesioner, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku yang terbentuk dari PRODUK BT yang tidak diperpanjang serttifikat halalnya memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen muslim. Perbedaan dari penelirtian ini dengan penelitian saya dimana variabel dependen dari penelitian ini tentang sertifikasi halal sedangkan persamaan dari penelirtian ini yaitu adasnya variabel tentang minat beli.²³
- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Amir salim, Rusdi Hamka Lubus, Anggun Purnamasari, Dian Tri Utami dengan judul -Labelisasi Halal dan Strategi Pemasaran Kopi Robusta pada Masyarakat Desa Talang Jawa Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Empat Lawang Sumsell. Metode penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dimana data diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan produsen Kopi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa labelisasi halal mempengaruhi pembelian keputusan konsumen, persamaan dari penelirtian ini dengan penelitian saya dimana variabel independen penelitian ini label halal sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah variabel dependeny.²⁴

²³ Anggit Listyoningrum, Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya, *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 2012, ii.

²⁴ A Salim and others, _Labelisasi Halal Dan Strategi Pemasaran Kopi Robusta Pada Masyarakat Desa Talang Jawa Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Empat Lawang Sum-Sel', *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis* ..., 01.02 (2021), 108-12
<<https://journal.ptiq.ac.id/index.php/altasyree/article/view/299%0Ahttps://journal.ptiq.ac.id/index.php/altasyree/article/download/299/184>>.

- 3) Penelitian yang dilakukan oleh Yasnita dengan judul –Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Kosmetik Perawatan dan Kecantikan Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padangl dengan jenis penelitian Metode Deskriptif Kuantitatif, variabel yang digunakan yaitu independen dan dependen dimana tehnik yang digunakan pengambilan sampel secara acak. Hasil penelitian ini didapatkan dimana adanya pengaruh yang positif untuk Label Halal dan Minat beli kosmetik perawatan dan Riasan mahasiswa prodi pendidikan tata rias, variabel independen penelitian ini produk kecantikan sedangkan variabel penelitian yang saya lakukan adalah kopi mojago dan persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah variabel dependen sama-sama tentang minat beli.²⁵
- 4) Penelitian yang dilakukan oleh Elly Rasmikayati dkk. dengan judul –Kajian Sikap dan Perilaku Konsumen Dalam Pemberian Kopi Serta Pendapatnya Terhadap Varian Produk dan Potensi Kedainya. Dengan menggunakan metode penelitian yang digunakan berupa analisis Deskriptif yaitu Objek penelitian mengenai sikap dan perilaku konsumen yang dimana pengambilan sampelnya adalah pengunjung armor kopi seminggu yang jumlahnya sekitar 1.750 orang. Hasil dari penelitian ini dimana pengunjung dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak dibandingkan perempuan dimana sikap pembeli terhadap kopi garden merasa puas namun perilaku konsumen terhadap tempat penjualan tidak baik. Perbedaan dari penelitian ini dimana judul dan tempat penelitian serta variabelnya tidak sama dengan penelitian say namun persamaan dari penelitian ini adalah dimana penelitian ini membahas tentang kopi²⁶
- 5) Penelitian yang dilakukan oleh Savitri Hendradewi dkk dengan judul –Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah Di Jakarta. Penelitian yang dilakukan untuk melihat kesadaran dalam label halal pada suatu produk dari luar negeri, dengan menggunakan metode penelitian analisis deskriptif agar dapat

²⁵ Yasnita,–Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Kosmetik Perawatan dan Kecantikanll, Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang, *Skripsi* : (2015).

²⁶ Elly Rasmikayati and others, _Kajian Sikap Dan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Kopi Serta Pendapatnya Terhadap Varian Produk Dan Potensi Kedainya’, *MIMBAR AGRIBISNIS: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 3.2 (2017), 117

<<https://doi.org/10.25157/ma.v3i2.563>>.

memberikan informasi jelas pengaruh dan kesadaran dalam melihat label halal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dalam kesadaran melihat label halal yang mempengaruhi minat beli perbedaan penelitian ini dimana objek yang diteliti berbeda dengan objek penelitian saya sedangkan persamaan dari penelitian ini dimana memiliki variabel penelitian yang sama yaitu label halal dan minat beli.²⁷

- 6) Penelitian yang dilakukan oleh Yunita Ningtyas dkk dengan judul -Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Pengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Bersertifikat Halal pada Tahun 2021. Dimana para peneliti melakukan penelitian mulai dari Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku, dengan menggunakan metode penelitian jenis kuantitatif dan mengambil sampel pada orang yang menggunakan produk sudah bersertifikat halal dengan teknik Purposive Sampling dengan jumlah responden 102. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ke 3 variabel yang diuji memiliki pengaruh terhadap minat beli suatu produk yang bersertifikat halal, dalam penelitian ini dimana memiliki perbedaan dalam proses penelitian serta objek dan beberapa variabel yang berbeda, namun dalam penelitian ini memiliki beberapa kesamaan variabel dengan penelitian saya yaitu minat beli.²⁸
- 7) Penelitian yang dilakukan oleh Sassa Ambararrini dengan judul -Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Makanan Kemasan berlabel Halal Di Kota Banda Aceh. Jenis penelitian yang telah dilakukan adalah jenis penelitian kuantitatif, dengan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan adalah tiga variabel citra merek, kesadaran halal dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli, dalam penelitian tersebut dimana memiliki kesamaan beberapa variabel baik

²⁷ Savitri Hendradewi, Amalia Mustika, and Anis Darsiah, 'Pengaruh Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah Di Jakarta', *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26.2 (2021), 204–12.

²⁸ Yunita Ningtyas and others, 'Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Bersertifikat Halal', *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2.08 (2021), 42–49.

dependen maupun independen sedangkan ada beberapa variabel yang tidak memiliki kesamaan dalam penelitian yang saya lakukan.²⁹

- 8) Penelitian yang dilakukan oleh Rikka Cahyati, dengan judul -Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Minat Beli Luwak White Coffe Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas, variabel yang digunakan dalam penelitian ini dengan variabel independen minat beli dan variabel dependen label halal, dengan tehnik analisis regresi linier sederhana, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel pencantuman label halal. Atau dengan kata lain ada pengaruh pencantuman label halal terhadap minat beli. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rikka Cahyati dimana memiliki kesamaan variabel x ataupun Y dalam penelitian yang saya lakukan dan memiliki tehnik analisis yang sama, sedangkan perbedaan dalam penelitian ini dimana populasi, sampel, tempat dan objek yang diteliti berbeda.³⁰
- 9) Penelitian yang dilakukan oleh Winda Ayu Ardiyastuti dengan judul -Analisis Faktir Minat Beli Konsumen Perempuan Di Kedai Kopi Balakosa Food And Baverage jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, hasil penelitian ini didapatkan kesimpulan bahwa terdapat 2 faktor internal mempengaruhi minat beli konsumen perempuan di kedai kopi, faktor tersebut adalah gaya hidup dan motivasi atau keterlibatan, dan terdapat dua faktor eksternal yang mempengaruhi minat beli konsumen perempuan di kedai kopi, yaitu budaya dan pemasaran usaha, dalam hal ini meliputi pemasaran usaha adalah kualitas produk harga, kemasan, dan ketersediaan barang. Penelitian ini memiliki kesamaan variabel yaitu minat beli untuk diteliti sedangkan perbedaannya yaitu jenis penelitian dan pendekatannya dengan penelitian yang saya lakukan.³¹

²⁹ Sassa Ambararrini., Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Makanan Kemasan berlabel Halal Di Kota Banda Aceh, "Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, (2020).

³⁰ RIKKA Rina Masitoh Hariyadi3, _Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Minat Beli Luwak White Coffe Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda, 'Ekonomia, 5.3 (2016).

³¹ Winda Ayu Ardiyastuti, -Analisis Faktor Minat Beli Konsumen Perempuan Di Kedai Kopi Balakosa Food And Beverage, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, (2021):29.

10) Penelitian yang dilakukan oleh Nurfaisah dengan judul -Fakto-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Untuk Berbelanja Di Pasar Tradisional Kelurahan Lappa Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai penelitian yang dilakukan merupakan deskriptif kuantitatif yaitu berbentuk angka yang dapat dihitung. Hasil penelitian ini dimana setiap variabel independen mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Persamaan dalam penelitian ini adalah memiliki variabel dependen yang sama dalam penelitian yang saya lakukan sedangkan perbedaannya variabel independen yang berbeda dengan penelitian saya.³²

³² NURFAISYAH, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Untuk Berbelanja Di Pasar Tradisional Kelurahan Lappa Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai" *Skripsi*", 2018, 1–86.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Minat Beli

Tahapan kecenderungan responden untuk bertindak sebelum melakukan pembelian dikenal dengan minat beli. Pembelajaran dan kontemplasi yang membentuk persepsi merupakan sumber dari minat beli. Kualitas produk, harga, dan pemasaran adalah beberapa elemen yang mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli.³³

Niat beli mengacu pada kecenderungan konsumen untuk mengambil langkah-langkah untuk melakukan pembelian melalui beberapa tahap dan tingkat kemungkinan sampai mereka mampu membeli barang, jasa, atau merek tertentu. Memahami minat beli adalah dampak idealis yang dimiliki pelanggan terhadap produk sebagai hasil pengamatan dan penelitian mereka terhadap produk tersebut. Pelanggan yang tertarik untuk membeli suatu produk menunjukkan ketertarikan dan kesenangannya terhadap produk tersebut, yang diikuti dengan pemahaman dalam bentuk perilaku pembelian.

Faktor yang disebut minat beli dapat membujuk konsumen untuk mempertimbangkan sesuatu sebelum memutuskan untuk membelinya. Buatlah layak bagi pelanggan untuk tertarik, senang, dan puas. Dengan demikian, niat konsumen untuk membeli produk unik yang memenuhi minat mereka dan minat pelanggan lain dapat dilihat sebagai memiliki minat beli.³⁴

Kemungkinan bahwa pelanggan akan membeli produk dapat diukur. Minat beli didasarkan pada maksud atau tujuan konsumen sebelum melakukan transaksi, dan juga dapat digunakan untuk mengantisipasi perilaku konsumen.

³³ Dewi Sartika -Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk YOU C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen| *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (2017): 14

³⁴ Winda Ayu Ardiyastuti, -Analisis Faktor Minat Beli Konsumen Perempuan Di Kedai Kopi Balakosa Food And Beverage,| *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*, (2021):29.

Minat beli mengacu pada tindakan seseorang yang memiliki keinginan berdasarkan pengalaman terhadap suatu produk sebelum melakukan tindakan pembelian atau menentukan pilihan.³⁵

Konsumen dianggap telah melahap suatu produk jika telah mengambil keputusan untuk membelinya. Nilai barang yang dipertimbangkan mempengaruhi pilihan untuk membeli. Keinginan untuk membeli sesuatu lebih kuat jika keuntungannya dinilai lebih besar daripada biayanya. Di sisi lain, jika manfaatnya tidak sebanding dengan pertukarannya, pelanggan akan sering lewat dan malah mulai meneliti barang yang sebanding.³⁶

Istilah "minat beli" mengacu pada niat pelanggan untuk membeli barang tertentu serta jumlah unit yang dibutuhkan selama jangka waktu tertentu (Durianto). Sebelum melakukan keputusan pembelian, pelanggan melalui tahap minat beli. Metode terbaik untuk membujuk seseorang adalah dengan mencari tahu apa yang mereka yakini. Akibatnya, informasi dikumpulkan tentang individu serta operasi dan penerapan proses informasi. Ungkapan "Proses Pembelian" atau "Proses Pembelian" mengacu pada ini.

Empat faktor budaya, subkultur, kelas ekonomi, sosial (kelompok referensi, keluarga, peran, dan status), dan pribadi berdampak pada perilaku minat beli (usia dan tahapan siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian dan konsep). mental (motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap), dan diri. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pandangan pelanggan tentang barang kosmetik halal cenderung didorong oleh minat beli.. Minat eksplorasi, minat referensial, minat transaksional, dan minat preferensial adalah tanda-tanda minat beli. Pencarian informasi, kesiapan memahami produk, keinginan mencoba produk, dan

³⁵ Savitri Hendradewi, Amalia Mustika, and Anis Darsiah, "Pengaruh Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah Di Jakarta", *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26.2 (2021),3-4.

³⁶ Dewi Sartika, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk YOU C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen", *Jurnal ISSN Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (2017):14-15

kunjungan outlet merupakan beberapa karakteristik yang mempengaruhi minat beli.³⁷

Salah satu faktor psikologis yang memiliki dampak signifikan terhadap perilaku adalah minat beli, yang juga berfungsi sebagai sumber motivasi untuk beraktivitas. Konsumen yang telah memilih, menggunakan, mengkonsumsi, atau bahkan hanya menginginkan suatu produk mungkin memiliki keinginan untuk membeli barang tersebut. Perilaku ini dikenal sebagai minat beli konsumen. Sebelum responden benar-benar bertindak atas niatnya untuk membeli, mereka berada pada tahap minat beli. Definisi minat beli adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Pengertian minat beli adalah suatu proses integrasi pengetahuan yang mengintegrasikan informasi untuk menilai beberapa alternatif tindakan dan memilih salah satu. Proses integrasi ini menghasilkan keputusan, yang secara kognitif bermanifestasi sebagai keinginan untuk bertindak. Dari pengertian di atas, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa kecenderungan seseorang untuk bertindak dalam membeli atau memilih suatu barang disebut dengan minat beli. Sikap seorang konsumen terhadap minat beli merupakan suatu sikap tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk memenuhi.

B. Minat Beli Konsumen

Daya tarik model fundamental bagi konsumen sebagai pembeli berfungsi sebagai dorongan untuk keputusan pembelian. Ketika seseorang mengembangkan minat beli, motivasi, dan harapan hidup bahwa tuntutan mereka akhirnya akan terpenuhi, mereka menjadi konsumen. Apa yang akan mereka capai? Konsep minat beli didasarkan pada pengembangan kognisi perseptual dan pembelajaran. Tujuan pembelian dapat didefinisikan sebagai perilaku konsumen yang puas dengan tujuan membayar uang atau membuat konsesi. Minat beli adalah bagian dari perilaku konsumen yang didasarkan

³⁷ Dewi Sartika, -Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk YOU C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen| *Jurnal ISSN Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (2017):21

pada perilaku konsumen dan responden sering bertindak sebelum melakukan pembelian yang bijaksana.³⁸

Menurut beberapa pendapat, minat bertindak sebagai kekuatan pendorong yang mengubah perilaku dan menjelaskan berapa banyak pekerjaan yang diperlukan sebelum seseorang akan mencoba sesuatu yang baru atau menerima pekerjaan. Niat beli telah disebut sebagai kekuatan pendorong dibalik keputusan seseorang untuk membeli. Indikator terbaik dari perilaku pelanggan adalah niat beli. Niat beli adalah kemungkinan bahwa pelanggan akan membeli sesuatu. Niat beli adalah keputusan yang disengaja dan disengaja seseorang untuk membeli suatu barang.³⁹

Minat digambarkan sebagai faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku dan untuk menunjukkan besar usaha yang dikerahkan seseorang untuk bersedia mencoba atau melakukan suatu perilaku.

Menurut Howard, pengertian minat beli berkaitan dengan rencana konsumen untuk membeli barang tertentu dan berapa unit produk yang dibutuhkan dalam jangka waktu tertentu⁴⁰.

Selain itu, minat beli didefinisikan sebagai perilaku konsumen yang dihasilkan dari tanggapan pelanggan terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian produk.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli diantaranya:

1. Faktor budaya
2. Faktor sosial
3. Faktor pribadi
4. Faktor psikologi

³⁸ Sassa Ambararrini., Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Makanan Kemasan berlabel Halal Di Kota Banda Aceh, "Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, (2020).29

³⁹ anggit Listyoningrum, Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya, *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 2012, II.6-7

⁴⁰ anggit Listyoningrum, Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya, *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 2012, II. 7

Sudut pandang yang diambil seseorang terhadap kemungkinan subjektif dari hubungan antara dirinya dan tindakan tertentu disebut minat beli. Klasifikasi minat dipisahkan menjadi empat kategori, dengan niat untuk berperilaku mengacu pada kemungkinan subjektif bahwa seseorang akan melakukan beberapa tindakan:⁴¹

- a. *Expressed interest* yaitu minat yang diekspresikan melalui suatu objek aktivitas.
- b. *Manifest interest* yaitu minat yang disimpulkan dari keikutsertaan individu pada suatu kegiatan tertentu.
- c. *Inferred interest* adalah minat dimana berasal dari daftar aktivitas dan kegiatan yang sama dengan pernyataan
- d. *Tested Interest* merupakan minat dari pengetahuan dan keterampilan suatu kegiatan.⁴²

Meskipun produsen menyediakan berbagai macam barang, pelanggan melalui proses sebelum melakukan pembelian, apakah mereka melakukannya atau tidak, atau bahkan menundanya hingga nanti. Menurut Howard dan Shay, akan ada lima tahapan dalam proses pembelian:

1. Pemenuhan kebutuhan (*need*)

Informasi yang diterima konsumen akan menentukan kebutuhan dari konsumen.

2. Pemahaman kebutuhan (*recognition*)

Konsumen memahami kebutuhan akan produk tersebut.

3. Proses mencari barang (*search*)

Konsumen mencari produk yang ditawarkan.

4. Proses evaluasi (*evaluation*)

Konsumen melakukan evaluasi akan produk yang ditawarkan.

5. Pengambilan keputusan pembelian (*decision*)

⁴¹ Pramelani Pramelani, 'Faktor Ketertarikan Minuman Kopi Kekinian Terhadap Minat Beli Konsumen Kalangan Muda', *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15.1 (2020), h.4 <<https://doi.org/10.33369/insight.15.1.121-129>>.

⁴² Yunita Ningtyas and others, 'Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Bersertifikat Halal', *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2.08 (2021), 44-45.

Konsumen akan melakukan keputusan akan membeli atau tidak membeli produk atau bahkan menunda pembelian produk tersebut. Penentuan tersebut dilakukan konsumen pada produk yang ditawarkan atau diinginkan konsumen, karena kemungkinan konsumen jika sesuai maka akan langsung atau menunda pembelian produk di waktu yang akan datang, jika tidak sesuai maka tidak akan membeli produk tersebut.⁴³

Minat adalah keinginan konsumen untuk mengetahui lebih banyak tentang suatu produk. Bunga yang diperlihatkan pembeli terkadang bertentangan dengan keadaan keuangannya. Konsumen memiliki keinginan rahasia bahwa mereka tertarik untuk membeli. Minat beli rahasia setiap individu mencegah siapa pun mengetahui apa yang diinginkan dan diantisipasi pelanggan. Pelanggan yang sudah memiliki pendapat yang baik tentang suatu produk atau merek lebih mungkin untuk membelinya.⁴⁴

Mengingat beberapa wawasan ini, adalah mungkin untuk menarik kesimpulan bahwa minat beli konsumen mengacu pada kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian setelah mengumpulkan informasi dari berbagai sumber. Meskipun pelanggan mungkin tertarik pada barang atau jasa, keinginan tersebut tidak menjamin bahwa mereka akan membelinya.

Tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum melakukan pembelian dikenal dengan minat beli. Pembelian aktual dan pembelian yang dimaksudkan adalah dua hal yang berbeda. Niat beli adalah keputusan untuk melakukan pembelian di lain waktu jika pembelian yang sebenarnya dilakukan oleh pelanggan. Penilaian niat beli biasanya dilakukan untuk mengoptimalkan perkiraan pembelian

⁴³ Rudy Irwansyah and others, *Perilaku Konsumen, Widina*, 2021. H.142.

⁴⁴ Robby gunawan, *_Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Masa Covid-19 Pada Konsumen Umkm Ikan Lele Di Desa Purwodadi Kecamatan Pagar Merbau_*, *Skripsi Universitas Muhamamadiyah Sumatera Utara*, (2021), 94.

aktual itu sendiri, meskipun itu adalah transaksi yang belum tentu dilakukan di masa depan.

Penjelasan Thamrin tentang apa yang dimaksud dengan minat beli merupakan komponen perilaku konsumen dalam sikap konsumsi, dan mengacu pada kecenderungan responden untuk bertindak sebelum melakukan pembelian. Minat beli dapat didefinisikan sebagai pernyataan mental yang dibuat oleh pelanggan yang mengungkapkan niat mereka untuk memperoleh berbagai barang dari merek tertentu. Pemasar memerlukan ini untuk menentukan minat pelanggan dalam membeli produk; ekonom juga menggunakan faktor bunga untuk meramalkan perilaku konsumen di masa depan.

Konsumen dianggap telah melahap suatu produk jika telah mengambil keputusan untuk membelinya. Nilai barang yang dipertimbangkan mempengaruhi pilihan untuk membeli. Keinginan untuk membeli sesuatu lebih kuat jika keuntungannya dinilai lebih besar daripada biayanya. Di sisi lain, jika manfaatnya tidak sebanding dengan pertukarannya, pelanggan akan sering lewat dan malah mulai meneliti barang yang sebanding.

Perilaku pembelian konsumen kebanyakan orang sering dipicu dan dipengaruhi oleh berbagai rangsangan stimulus dari luar, termasuk rangsangan lingkungan dan pemasaran. Sebelum membuat pilihan pembelian, stimulus selanjutnya dianalisis menurut karakteristik pribadi. Dorongan untuk membeli adalah salah satu dari banyak ciri pribadi konsumen yang digunakan untuk menganalisis input ini.⁴⁵

Setelah dirangsang oleh produk yang dilihatnya, minat konsumen untuk membelinya pertama-tama bermanifestasi sebagai keinginan untuk menguji produk tersebut sebelum dimotivasi untuk melakukannya guna memperolehnya. Dorongan untuk membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan seseorang dikenal

²⁵ Robby gunawan.

sebagai minat beli. Minat beli konsumen, atau kecenderungan responden untuk bertindak sebelum melakukan pilihan pembelian, merupakan komponen perilaku konsumen dalam sikap konsumsi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa minat beli konsumen mengacu pada keinginan internal seseorang untuk merenungkan pembelian barang atau jasa sebelum terlibat dalam proses pembelian yang sebenarnya.⁴⁶

Bunga pembelian kembali adalah bunga atas pembelian berdasarkan pembelian sebelumnya. Minat beli ulang yang tinggi menunjukkan bahwa konsumen sangat senang dengan produk yang dipilihnya untuk digunakan. Konsumen harus terlebih dahulu mengalami suatu produk sebelum memutuskan apakah mereka suka atau tidak suka sebelum melakukan pilihan pembelian. Pelanggan yang percaya bahwa barang yang mereka gunakan berkualitas tinggi dan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan mereka terhadap produk mengembangkan cinta untuk itu. Dengan kata lain, orang melihat produk tersebut memiliki nilai yang tinggi. Keinginan pembelian kembali yang signifikan ini akan berkontribusi pada kesuksesan komersial produk.

Minat beli yaitu satu model perilaku seorang pada entitas barang yang sangat searah dalam menangani sikap. Niat beli berhubungan dengan bagaimana pelanggan berniat untuk memanfaatkan produk tertentu dan berapa banyak komponen produk tertentu yang akan dibutuhkan selama periode waktu tertentu.

Minat beli yaitu satu bagian dari faktor sikap pembeli dalam menggunakan kecondongan responden untuk berpikir sebelum keputusan pembelian betul-betul dilaksanakan.

Minat beli bisa ditingkatkan dengan mengamati berbagai faktor, yaitu:

²⁶ Robby gunawan.

1. Faktor internal berupa faktor psikologi, yaitu komponen penyorong yang bermula dari dalam diri pembeli, yaitu antusiasme, persepsi, pengertian, ketentuan, dan sikap pada diri masing-masing individual.
2. Faktor eksternal yaitu faktor budaya dan sosial, yaitu teknik dimana perilaku seorang ditularkan orang lain dan kultur yang berada di sekelilingnya. contohnya budaya, demografi, keluarga, status sosial dan anggota acuan.
3. Memberdayakan gabungan pemasaran, komponen ini bersumber dari industri yang membuat produsen kepada produk yang digunakan oleh pembeli. Mencakup dari produk, biaya, peningkatan, dan juga distribusi.⁴⁷

Bagi konsumen, kualitas suatu produk adalah yang paling mempengaruhi keputusan mereka untuk membelinya. Karena itu, pembeli harus menentukan apakah akan membeli atau tidak. Pelanggan akan menjadi lebih tertarik untuk membeli barang jika mereka merasa barang tersebut berkualitas tinggi dan memenuhi harapan mereka jika produk tersebut dianggap mudah digunakan.

Niat beli, atau keinginan untuk melakukan pembelian, merupakan aspek perilaku dari sikap konsumsi. Minat beli konsumen adalah titik di mana pelanggan memutuskan merek mana yang akan dimasukkan dalam rangkaian pilihan mereka setelah mempertimbangkan beberapa merek, prosedur yang digunakan pelanggan untuk memperoleh barang atau jasa berdasarkan berbagai pertimbangan, atau membuat keputusan akhir untuk membeli yang paling disukai.

Berpendapat bahwa minat beli sebagai kekuatan pendorong atau sebagai motif yang bersifat intrinsik yang mampu mendorong seseorang untuk menaruh perhatian secara spontan, wajar, mudah,

⁴⁷ Dewi Sartika – Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk YOU C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen | *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (2017): 14

tanpa paksaan dan selektif pada satu produk untuk kemudian mengambil keputusan membeli.

Oleh karena itu sangat jelas bahwa minat beli diartikan sebagai sikap menyukai yang ditujukan pada kecenderungan untuk selalu membeli yang disesuaikan dengan kesenangan dan minat individu yang bersangkutan. Hal ini dimungkinkan oleh kesesuaian kepentingan individu yang bersangkutan dan memberinya kesenangan dan kepuasan.

Proses integrasi yang disebut minat beli mengintegrasikan informasi untuk menilai beberapa perilaku alternatif dan memilih satu. Proses integrasi ini menghasilkan suatu keputusan yang dipandang sebagai keinginan untuk bertindak.

2. Motif-motif pembeli/buying motives

Para pembeli memiliki motif-motif pembelian yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian yaitu:

- a. Motif pembelian utama/Primary buying motive yaitu motive untuk membeli yang sebenarnya, dengan kata lain pembeli berbelanja yang benar-benar menjadi kebutuhannya saja.
- b. Motif pembelian selektif/Selective buying motive yaitu pembelian terhadap barang dengan berbagai pertimbangan misalnya apakah ada keuntungannya, apakah ada manfaatnya, dan lain-lain.
- c. Motif pembelian patronase/Patronage buying motive yaitu, membeli dengan mempertimbangkan tempat pembeliannya, misalnya pada toko tertentu, hal ini bisa saja timbul karena layanan memuaskan, tempatnya dekat, cukup persediaan barang, dan lain sebagainya.
- d. Keputusan pembelian/Purchase decision yaitu setelah konsumen mengevaluasi beberapa alternatif strategi yang ada, konsumen akan membuat keputusan pembeli. Terkadang

waktu yang dibutuhkan antara membuat keputusan pemdanya hal-hal lain yang perlu dipertimbangkan

C. Indikator Minat Beli

Berdasarkan ciri-ciri berikut, seseorang dapat menentukan kecenderungan seseorang untuk tertarik pada barang atau jasa: kesiapan untuk mencari informasi yang lebih tepat tentang barang atau jasa untuk memahami bagaimana fitur barang atau jasa tersebut (Hariani).

Konsumen yang cenderung memiliki minat yang lebih besar terhadap suatu barang atau jasa cenderung lebih rela berkorban agar konsumen yang berminat dapat menikmati produk atau jasa tersebut, yang dapat digunakan untuk menentukan kesediaan mereka untuk membayar barang atau jasa tersebut. Konsumen yang menyatakan minat secara eksplisit terhadap suatu produk atau jasa memiliki keinginan dan kepercayaan terhadap barang atau jasa bekas tersebut, sehingga jika konsumen lain menanyakannya, maka konsumen tersebut secara otomatis adalah konsumen tersebut.

Minat beli dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator yaitu:

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
4. Minat eksploratif, yaitu minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk

yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.⁴⁸

Mengemukakan bahwa purchase intention merupakan aktivitas psikis yang timbul karena adanya perasaan dan pikiran terhadap sesuatu barang atau jasa yang diinginkan. Minat beli konsumen merupakan keinginan tersembunyi dalam benak konsumen. Minat beli konsumen selalu terselubung dalam tiap diri individu yang mana tak seorang pun bisa tahu apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Konsumen memiliki identitas tersendiri dalam memenuhi keinginan yang ada di benaknya.

Minat Beli Konsumen adalah inisiatif responden dalam pengambilan keputusan untuk membeli sebuah. Inisiatif terhadap produk yang diamati baik dari berbagai aspek produk yang diterima konsumen. Minat beli merupakan kelanjutan perhatian yang merupakan titik tolak kelanjutan timbulnya hasrat untuk melakukan kegiatan yang diharapkan. Minat muncul akibat adanya stimulus positif yang menimbulkan motivasi.

Perilaku pembelian konsumen diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya stimulus dari luar dirinya, rangsangan tersebut dapat berupa rangsangan pemasaran ataupun rangsangan dari lingkungan sekitarnya, Setelah memperoleh suatu rangsangan kemudian akan diproses dalam diri seseorang sesuai dengan karakteristik dirinya, setelah itu akan diambil keputusan pembelian. Oleh karena itu untuk menarik konsumen, pengusaha juga bisa memaksimalkan indikatornya yang terkandung dalam bauran pemasaran yaitu penelitian dan pengembangan pasar, produk, harga, lokasi atau tempat usaha, dan promosi.⁴⁹

⁴⁸ Robby gunawan, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Masa Covid-19 Pada Konsumen Umkm Ikan Lele Di Desa Purwodadi Kecamatan Pagar Merbau', *Skripsi Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara*, (2021), 10.

⁴⁹ Dewi Sartika -Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk YOU C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen| *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (2017).

Jika seseorang mempunyai motivasi yang tinggi terhadap objek tertentu, maka dia akan terdorong untuk berperilaku menguasai produk tersebut. Sebaliknya jika motivasinya rendah, maka dia akan mencoba untuk menghindari objek yang bersangkutan. Implikasinya dalam pemasaran adalah untuk kemungkinan orang tersebut berminat untuk membeli produk atau merek yang ditawarkan pemasaran atau tidak.

Dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Hal ini sangat diperlukan oleh para pemasar untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap suatu produk, baik para pemasar maupun ahli ekonomi menggunakan variabel minat untuk memprediksi perilaku konsumen di masa yang akan datang.

Minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1. Minat transaksional adalah kecenderungan seseorang untuk membeli suatu barang.
2. Kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan sesuatu kepada orang lain dikenal sebagai minat referensial.
3. Minat preferensial adalah jenis minat yang menjelaskan tindakan seseorang yang lebih menyukai produk di atas pilihan lainnya.
4. Minat eksplorasi, atau minat ini secara khusus, mengacu pada perilaku seseorang yang terus-menerus mencari informasi tentang produk yang bersangkutan dan mencari informasi untuk mendukung pendapat yang menguntungkan dari produk tersebut.⁵⁰

⁵⁰ Nur Haqiqi and Handari Adji Widwi, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minatbelikonsumen Di Perkebunan Sayuran Andritani Farmkabupaten Cianjur', *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5.3 (2021), 717–29 <file:///E:/jurnal seminar proposal/jurnal fix/minat beli/1514-Article Text-4471-publish.pdf>.

D. Tahap-Tahapan Minat Beli

Tahapan minat beli konsumen dapat dipahami melalui model AIDA sebagai berikut:

1. Perhatian/Attention
2. Tertarik/Interest
3. Hasrat/Desire
4. Tindakan/Action

Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Perhatian/Attention

Tahap ini merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan, selain itu calon pelanggan, selain itu calon pelanggan juga mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan

2. Tertarik/Interest

Dalam tahap ini calon pelanggan mulai tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan, setelah mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.

3. Hasrat/Desire

Calon pelanggan mulai memikirkan serta berdiskusi dengan produk atau jasa yang ditawarkan, karena hasrat dan keinginan untuk membeli mulai timbul. Dalam tahapan ini calon pelanggan sudah mulai berminat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Tahap ini ditandai dengan munculnya minat yang kuat dari calon pelanggan untuk membeli dan mencoba produk atau jasa yang ditawarkan.

4. Tindakan/Action

Pada tahap ini calon pelanggan telah mempunyai kemantapan yang tinggi untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.⁵¹

Tahap – tahapan minat beli dapat dipahami melalui model AIDA sebagai berikut :

³² Robby gunawan.

1. Perhatian/Attention tahap ini merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan, selain itu calon pelanggan juga mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan.
2. Tertarik/Interest dalam tahap ini calon pelanggan mulai tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan, setelah mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengenai produk atau jasa yang ditawarkan
3. Hasrat/Desire calon pelanggan mulai memikirkan serta berdiskusi dengan produk atau jasa yang ditawarkan, karena hasrat dan keinginan untuk membeli mulai timbul. Dalam tahapan ini calon pelanggan sudah mulai berminat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Tahap ini ditandai dengan munculnya minat yang kuat dari calon pelanggan untuk membeli dan mencoba produk atau jasa yang ditawarkan.
4. Tindakan/action pada tahap ini calon pelanggan telah mempunyai kemantapan yang tinggi untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.⁵²

E. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen

Mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, yaitu:

1. Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.
2. Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang

³³ Robby gunawan.

diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.

3. Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
4. Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria, misalnya dalam pola belanja.
5. Perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orangtua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas benda dan seseorang.⁵³

Ada 2 (dua) faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, diantaranya yaitu:

1. Lingkungan, yakni lingkungan sekitar bisa mempengaruhi minat beli konsumen dalam pemilihan suatu produk tertentu.
2. Stimulus pemasaran, yakni pemasaran berupaya menstimulus konsumen sehingga bisa menarik minat beli konsumen.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli yaitu :

1. Faktor kualitas, yaitu atribut produk yang dipertimbangkan dari segi manfaat fisiknya.
2. Faktor brand/merek, yaitu atribut yang memberikan manfaat non material, yaitu kepuasan emosional.
3. Faktor kemasan, yaitu atribut produk berupa pembungkus daripada produk utamanya.
4. Faktor harga, yaitu pengorbanan riil dan materil yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki produk.
5. Faktor ketersediaan barang, yaitu sejauh mana sikap konsumen terhadap ketersediaan produk yang ada.

⁵³ Dewi Sartika –Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk YOU C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen| *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (2017):14

Faktor acuan, yaitu pengaruh dari luar yang ikut memberikan rangsangan bagi konsumen dalam memilih produk, sehingga bisa juga digunakan sebagai media promosi.

F. Indikator Minat Beli Konsumen

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

1. Minat transaksional Yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk. Hal ini bermaksud yakni konsumen telah memiliki minat untuk melakukan pembelian suatu produk tertentu yang ia inginkan.
2. Minat referensial Yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Hal ini bermaksud yakni seorang konsumen yang telah memiliki minat untuk membeli akan menyarankan orang terdekatnya untuk juga melakukan pembelian produk yang sama.
3. Minat preferensial Yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
4. Minat eksploratif Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

G. Pengertian Label

Label produk berisi informasi lisan tentang produk atau vendor. Tjiptono mengklaim bahwa label suatu produk mengandung informasi tentang produk dan penjualnya. Label sering kali merupakan tanda pengenal yang ditempelkan pada produk atau biasanya merupakan bagian dari kemasan. Kotler mengontraskan hal ini dengan mengatakan bahwa label adalah representasi langsung dari suatu produk atau gambar detail yang merupakan komponen penting

dari kemasan. Hanya nama merek atau informasi yang boleh dicantumkan pada label.⁵⁴

Selain itu, ada jenis label lain yang berbeda dengan berbagai arti, termasuk:

1. Kemasan produk biasanya menyertakan label produk yang memberikan detail tentang produk atau penjualannya.
2. Nama merek ditampilkan pada kemasan produk sebagai label merek
3. Mengidentifikasi kualitas produk dengan label level yang mungkin menyertakan huruf, angka, atau simbol lain adalah apa yang dilakukan label ini
4. Konten, penggunaan, dan aspek produk lainnya ditunjukkan pada label deskriptif. Untuk menarik pelanggan, pelabelan adalah komponen penting dari suatu produk yang membutuhkan pertimbangan yang cermat.⁵⁵

H. Tipe-Tipe Label

Secara umum, label dapat dipecah menjadi kategori berikut:

1. Label yang hanya berupa merek disebut label merek. Misalnya, kita mungkin mencari frasa seperti sanforized, berlin, tetoron, dan seterusnya pada kain atau tekstil. Semua bisnis yang membuat mereka menggunakan nama-nama ini. Setiap perusahaan juga mencantumkan mereknya sendiri pada tekstil yang dibuatnya selain label merek ini.
2. Label kelas digunakan untuk menunjukkan tingkat kualitas suatu barang. Sebuah teks atau kata-kata digunakan untuk menunjukkan penunjukan ini.

⁵⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2000, Edisi 2), 477

⁵⁵ T., Yuli, I., & M. Ari, P. A. Srilingi, *Bisnis Kimia Dan Pendidikan Kimia Jambu Mete Dan Produk Olahannya*, 2020, 1-48
<https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/251701/mod_forum/attachment/70166/YuliIswanti_K3317076_Jambu_Mete.pdf?forcedownload=1>.

3. Label deskriptif produk memberikan rincian yang tidak bias mengenai penggunaan, pembuatan, pemeliharaan penampilan, dan fitur lain dari produk.⁵⁶

I. Tujuan Pelabelan

1. Tanpa perlu membuka kemasan, berikan detail isi produk.
2. memungkinkan produsen untuk berkomunikasi dengan pelanggan tentang informasi yang perlu diketahui konsumen tentang produk, terutama informasi yang terlihat atau tidak dapat ditemukan fisiknya.
3. Berikan instruksi yang benar kepada pembeli untuk memastikan manfaat barang sebaik mungkin.
4. Sumber daya periklanan produsen..
5. Berikan pelanggan rasa aman.⁵⁷

Mengingat label berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, maka sudah selayaknya informasi pada label akurat dan tidak menipu. Namun, mengingat bahwa label juga berfungsi sebagai pemasaran dan merupakan sifat manusia untuk membuat kesalahan dengan menipu, baik disengaja atau tidak disengaja, indikator peraturan diperlukan. Sinyal ini dimaksudkan untuk memenuhi tujuan label dalam memberikan perasaan aman kepada pelanggan.

Label sangat membantu dalam menyampaikan informasi yang akurat, ringkas, dan komprehensif tentang jumlah, komposisi, kualitas, dan aspek penting lainnya dari barang yang diperdagangkan. Konsumen dapat mengambil keputusan sebelum membeli atau menggunakan produk dan jasa karena adanya informasi label yang akurat, jelas, dan berkualitas tinggi tentang jumlah, komposisi, dan kualitas barang dan jasa yang beredar.

Untuk konsumen, label berperan sangat penting dan terdapat tiga hal untuk mendasari itu, yaitu:

⁵⁶ Angipora, Marinus, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, (2002), 192

⁵⁷ Srilingi.

1. Informasi yang diperlukan untuk memutuskan apakah akan membeli produk tertentu
2. Dengan informasi ini, pelanggan dapat memutuskan apakah akan membeli satu produk di atas produk lain yang serupa.
3. Konsumen juga dapat mencegah risiko gangguan terhadap keselamatan dan keamanan konsumsinya jika produk yang bersangkutan tidak cocok untuk mereka atau mengandung komponen berbahaya dengan memiliki informasi yang akurat dan lengkap.⁵⁸

J. Label Halal

Pelabelan halal, di sisi lain, adalah persetujuan Badan POM untuk pemasangan istilah "Halal" pada kemasan produk perusahaan. Berdasarkan rekomendasi MUI berupa Sertifikat Halal MUI, Badan POM telah memberikan izin penggunaan -Label Halal pada kemasan produk pangan. Berdasarkan temuan pemeriksaan LPPOM MUI, MUI menerbitkan Sertifikat Halal MUI.⁵⁹

Pelabelan halal mengacu pada seperangkat aturan yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha yang terlibat dalam produksi barang makanan dan minuman, atau sering disebut makanan. Agar pangan lokal dan luar negeri, khususnya yang diproduksi di Indonesia dapat maju dan mampu bersaing dengan barang lain baik di dalam negeri maupun di luar negeri, maka sangat penting jika makanan dan minuman yang dapat dikonsumsi memiliki label halal. Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam mewajibkan para pelaku usaha untuk menunjukkan label halal yang diberikan secara resmi oleh pemerintah melalui instansi terkait untuk menjaga kenyamanan dan keharmonisan pelanggan. Berkaitan dengan label halal maka produk tersebut memiliki jaminan dimana dapat ditunjukkan dengan adanya sertifikasi halal dari LPPOM MUI.

⁵⁸ Angipora Marinus, *Dasar-Dasar Pemasaran*, 194

⁵⁹ Eri Agustian and Saujana, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Pada Produk Wall " s Conello"*, Bogor : (2013),170.

Dibandingkan dengan produk dari luar negeri maka produk lokal Indonesia sangat kompetitif karena memiliki label halal.⁶⁰

UU no. 7 tahun 1996 mengenai pangan dan pemerintah juga membuat aturan No. 69 tahun 1999 tentang label halal, sebagai informasi kehalalan suatu produk pangan. sangat penting bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Setiap orang yang membuat atau mengimpor pangan yang dikemas untuk diperdagangkan di dalam wilayah Indonesia wajib membubuhkan label pada, di dalam, dan/atau pada kemasan pangan, sesuai dengan Pasal 30 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996. Dan keterangan halal sekurang-kurangnya harus berada di label. Selain itu, Pasal 10 PP No. 69 Tahun 1999 secara lebih tegas mengatur tentang kewajiban bagi pemilik usaha pangan dalam memberikan label halal pada kemasan.⁶¹

Menurut Stanton & William, label produk mengandung informasi linguistik tentang penjual atau barang. Label dapat berupa label pengenalan yang melekat pada produk atau mungkin merupakan komponen kemasan.

Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan memuat peraturan pelaksanaan dari Undang-Undang Pangan, yang mengatur pelabelan secara lebih rinci (PP Label dan Iklan Pangan). Yang mengatur bahwa dalam syarat pelabelan haruslah mencakup beberapa rincian yaitu sebagai berikut:

1. Judul produk;
2. Nama-nama bahan yang digunakan;
3. Informasi jelas alamat tempat produksi di Indonesia;
4. Kejelasan produksi mulai dari tanggal, bulan dan waktu produksi.

Menurut Pasal 6 ayat (1) PP, pengaturan pencantuman klaim tentang manfaat kesehatan pangan pada label dan iklan pangan hanya dapat dilakukan apabila didukung oleh fakta ilmiah yang dapat

⁶⁰ Dewi Kurnia Sari dan Ilyda Sudardjat.,-Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 1, no. 4, (2013): 50

⁶¹ <http://www.hukumonline.com>, "bagaimana pengaturan sertifikasi halal bagi produk makanan", diakses pada tanggal 5 April (2016).

dipertanggungjawabkan dan menyerukan agar label dapat dipertanggungjawabkan. ditulis dengan huruf latin, angka indonesia, dan angka arab.

Makanan yang diimpor ke Indonesia untuk diperdagangkan juga tunduk pada undang-undang ini, selain makanan yang diproduksi di dalam negeri. Pada tanggal 21 Juli 1999, pemerintah mengeluarkan peraturan pengendalian label yang mulai berlaku. Peraturan ini didasarkan pada persyaratan Undang-Undang Pangan dan Peraturan Pemerintah tentang Label dan Iklan Pangan.

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. (UU RI No. 7 tahun 1996). Tentang informasi wajib dalam label kemasan Pangan (UU RI No.7 Tahun 1996):

1. Petunjuk penyimpanan
2. Petunjuk penggunaan.
3. Nilai gizi.
4. Pernyataan khusus (susu, babi, makanan bayi, pemanis buatan, pengganti ASI, bahan tambahan, bahan iradiasi)⁶²

Terdapat tiga Klasifikasi Label yaitu:

1. Label merek, yaitu merek tertentu pada produk atau terdaftar Bal.
2. Label deskriptif, yaitu label yang memberikan informasi objektif tentang penggunaan, konstruksi/manufaktur, perawatan/pemeliharaan, dan performa produk, serta karakteristik lain yang terkait dengan produk.

⁶² Kementerian Perindustrian -Peraturan dan Pelabelan Kemasan Pangan. II, (2017),22. diakses tanggal 10 Mei 2022.

3. Label kelas, yaitu label yang menggunakan huruf, angka, atau kata untuk mengidentifikasi penilaian kualitas suatu produk. Misalnya, buah kalengan ditandai dengan kualitas A, B, dan C.

Sedangkan pengertian dari Halal dalam bahasa Arab yaitu dibolehkan (legal) sesuai dengan syariat Islam. Halal didoktrin dengan kata (halal dan baik) secara efektif dan operasional dapat diinformasikan kepada semua orang mengenai tercukupinya semua sarana dan prasarana yang sudah ada. Adanya hukum yang mengatur, yang terpusat dan tidak diskriminatif yaitu dengan adanya hukum jaminan halal. Dalam ajaran Islam, mendapatkan barang yang halal sangat dianjurkan, karena untuk memenuhi kebutuhan hidup harus mengkonsumsi barang yang halal, agar bisa menjalankan ibadah dengan baik.

Oleh sebab itu, halal dalam hal ini harus memenuhi *standar* hukum syariah. Dibawah ini aturan tentang halal dan haram suatu produk:

- 1) Semua yang ada diperbolehkan, namun beberapa pengecualian tertentu terhadap barang yang dilarang secara khusus.
- 2) Kehalalan dan keharaman semua produk adalah hak Allah SWT untuk menentukannya.
- 3) Yang menghalalkan yang haram dan mengharamkan yang halal termasuk menyekutukan Allah SWT.
- 4) Hal yang mendasari keharaman suatu produk merupakan bahaya atau tidak bermanfaat.
- 5) Sesuatu yang halal ada yang bisa menghindarkan dari yang haram. Allah SWT melarang yang diperlukan untuk menggantikan dengan yang baik.
- 6) Tidak diperbolehkan membawa produk haram.
- 7) Tidak dibenarkan untuk bersiasat ke produk yang haram.
- 8) Adanya niat baik tidak bisa dibenarkan dengan yang haram.
- 9) Anjuran untuk menjauhkan diri dari produk yang meragukan, karena takut mendekati haram.

10) Tidak ada untuk niatan memilah dan memilih produk haram.⁶³

Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia atau disingkat LPPOM MUI merupakan forum yang bertanggung jawab untuk meneliti, mengkaji, menganalisis dan menentukan apakah pangan dan turunannya, obat dan kosmetika aman dikonsumsi dari segi kesehatan. Selain memberikan nasehat, aturan dan pedoman kepada masyarakat, keyakinan Islam adalah halal atau diperbolehkan, yang baik untuk dikonsumsi oleh umat Islam (khususnya di Indonesia).⁶⁴ Indonesia merupakan negara terbesar dengan penduduk muslim. Islam mewajibkan umatnya untuk menggunakan produk yang halal, bebas dari bahan-bahan yang haram. Dalam Al- Quran surat Al-Baqarah:168 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا ۖ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

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

Dalam islam tidak hanya halal tetapi thayyiban. Thayyiban (baik) adalah makanan yang berguna bagi tubuh, tidak merusak, tidak menjijikan dan tidak bertentangan dengan perintah Allah.⁶⁵

Pangan harus senantiasa tersedia cukup setiap waktu, aman, bermutu, bergizi dan beragam dengan harga yang terjangkau oleh


⁶³ Eka Rahayuningsih and M. Lathoif Ghazali, ‘Sertifikasi Produk Halal Dalam Perspektif Mashlahah Mursalah’, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7.1 (2021), 3-4 <<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929>>.

⁶⁴ keputusan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan Surat Keputusan No. 018/MUI/1989 yang dikeluarkan pada tanggal 26 Jumadil Awal 1409 Hijriah/6 Januari 1989.

⁶⁵ Yunita Ningtyas dkk -Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Pengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Bersertifikat Halall *Jurnal ISSN*, (2021),.42.

daya beli masyarakat. Untuk mencapai semua itu, perlu diselenggarakan suatu sistem pangan yang memberikan perlindungan, baik bagi pihak yang memproduksi maupun yang mengkonsumsi pangan, serta tidak bertentangan dengan keyakinan masyarakat (Penjelasan UU Pangan Nomor 7 Tahun 1996).

Siti Muslimah menjelaskan bahwa pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang pemenuhannya merupakan hak asasi setiap rakyat Indonesia. Bagi orang Islam, pangan juga harus memenuhi syarat halal dan thoyyib sebagaimana ketentuan yang banyak terdapat dalam kitab suci Al Qur'an maupun Hadist Nabi Muhammad SAW, di antaranya yang terdapat dalam Surat Al Maidah ayat 88 :


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

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rejkikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadaNya”.

Ayat dalam Al-Quran tersebut, memerintahkan kepada manusia (muslim) untuk memakan makanan yang halal dan baik, dua hal yang merupakan kesatuan dimana halal menurut syariah dan baik ditinjau dari segi kesehatan, gizi, estetika dan lainnya.

Negara wajib menjamin setiap penduduk menjalankan agama dan keyakinannya, termasuk dalam hal pemenuhan kebutuhan pangan halal sesuai akidah setiap muslim. Hal ini sejalan dengan hak-hak konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) Pasal 4 yang diantaranya adalah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa, terutama atas kenyamanan (tidak menimbulkan keraguan dan kekhawatiran) dalam mengkonsumsi makanan yang sesuai dengan keyakinannya.

Al-Imam Asy-Syafi'i menegaskan bahwa dasarnya hukum jual-beli itu seluruhnya adalah mubah, yaitu apabila dengan keridhaan dari kedua-belah pihak. Namun kehalalan ini akan berubah menjadi haram bila terjadi hal-hal tertentu, misalnya apabila jual-beli itu dilarang oleh Rasulullah SAW atau yang maknanya termasuk yang dilarang beliau SAW semisal benda najis yang diperdagangkan, barang yang merusak atau tidak memberi manfaat, jual beli janin hewan yang masih dalam kandungan, jual beli budak yang kabur dari tuannya dan beragam jual beli lainnya yang dilarang oleh Rasulullah SAW.⁶⁶

Berdasarkan UUPK, setiap produsen harus secara transparan mencantumkan unsur-unsur setiap makanan yang diproduksi untuk melindungi kepentingan konsumen.⁶⁷

Label (pengidentifikasi) dapat ditempelkan pada produk atau dapat berupa komponen wadah (Tjiptono). Pemberian label sangat penting untuk memperoleh perhatian dengan tujuan agar menarik para konsumen, definisikan halal sebagai segala perkara yang dibolehkan, tidak mengandung transaksi yang terlarang secara syariat, dan telah dilegitimasi oleh syariat untuk memberlangsungkan perkara tersebut.⁶⁸ Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa label halal adalah pernyataan halal yang ditetapkan oleh MUI dan melekat pada kemasan produk kosmetik halal. Adapun produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam (Undang-Undang (UU) Nomor 33 Tahun 2014). Allah telah menegaskan dalam Al Qur'an Surah Al Baqarah ayat 167-168 :

⁶⁶ Ahmad Sarwat -Fiqh Jual-Belill Cetakan Agustus, (2018), 10-11.

⁶⁷ Siti Muslimah -Label Halal pada produk pangan kemasan dalam perspektif perlindungan konsumen musliml. *Jurnal : Hukum Universitas Sebelas Maret, Vol.1 No.2*, (2012),86

⁶⁸ Simamora,2000, dalam Widodo, 2015. *Qardhawi* (Ath-Thawil, 2016),

وَقَالَ الَّذِينَ اتَّبَعُوا لَوْ أَنَّ لَنَا كَرَّةً فَنَتَبَرَّ مِنْهُمْ لَمَا تَبَرَّءُوا مِنَّا كَذَلِكَ يُرِيهِمُ
 اللَّهُ أَعْمَالَهُمْ حَسَرَاتٍ عَلَيْهِمْ وَمَا هُمْ بِخَارِجِينَ مِنَ النَّارِ ﴿١٦٧﴾
 يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ
 لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya:

-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. Sesungguhnya syaitan itu hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui”. (Al-Baqarah:167-168).

Jaminan halal sebuah produk sudah menjadi simbol global bahwa produk yang bersangkutan terjamin mutunya. Hal ini karena pasar umat Islam adalah pasar yang sangat menggiurkan mengingat jumlah umat Islam saat ini sebesar 1,8 miliar secara global(khazanah republika).

Pasal 1 butir Keputusan Menteri Agama No. 518 Tahun 2001 tentang Pedoman dan Tata cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal menyebutkan: -sertifikat produk halal adalah fatwa tertulis yang menyatakan kehalalan suatu produk pangan yang dikeluarkan oleh Lembaga Pemeriksa. Kemudian menurut Fuad, dalam pengertian halal sebagai sesuatu yang diperbolehkan. Dalam bahasa Inggris, halal sering mengacu pada makanan yang diperbolehkan menurut hukum Islam.⁶⁹

Kata -sertifikasi dalam KBBI merupakan -pensertifikatan. Sertifikasi dapat dikatakan sebagai proses pemberian sertifikasi atau

⁶⁹ Yunita Ningtyas dkk -Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Pengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Bersertifikat Halal *Jurnal ISSN (2021)*.43

bukti formal sebagai pengakuan yang diberikan lembaga kepada suatu produk. Sertifikasi diartikan suatu penetapan atau ketentuan yang diberikan kepada suatu lembaga. Lembaga tersebut berwenang untuk memberikan petunjuk terhadap seseorang, bahwa seseorang dapat menjalankan usaha yang spesifik mungkin dengan baik. Produk yang telah bersertifikasi dapat dilakukan secara periodik atau berkala. Adanya sertifikasi bertujuan untuk menegaskan dan memberikan petunjuk keaslian produk, sehingga bisa diterima oleh semua kalangan masyarakat. Sertifikasi halal suatu produk harus berstandar kaidah syariah. Dalam penetapan kehalalan suatu produk, baik pangan, maupun kosmetik harus bersertifikasi. Karena, berkaitan dengan sertifikasi standard halal yang digunakan harus melalui penelitian terlebih dahulu, agar terjamin kesehatan dan manfaat yang baik untuk dikonsumsi. Maka dari itu, harus ada lembaga yang menjamin hal tersebut.⁷⁰

Sertifikat Produk Halal adalah surat keputusan halal yang dikeluarkan oleh Majelis Pimpinan MUI dalam bentuk sertifikat. Sertifikat produk halal ini merupakan syarat untuk menempelkan label halal. Hal ini sebelum seorang pengusaha dapat memperoleh izin untuk menambahkan label halal pada makanannya, ia harus terlebih dahulu memperoleh sertifikat halal produk yang diperoleh dari Lembaga Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika LPPOM (MUI).

Beberapa tahap langkah penetapan fatwah halal yang dilakukan oleh MUI sebagai berikut:

1. MUI memberikan bekal pengetahuan kepada auditor LPPOM (MUI) mengenai benda haram yang berbasis syariah, dimana benda li-dzatihi dan haram lighairihi tidak sesuai untuk menggunakan syariah karena cara penanganannya. Tergantung pada arti istilah tersebut, auditor perlu memiliki pengetahuan yang cukup tentang barang-barang ilegal ini.

⁷⁰ Eka Rahayuningsih dan M.Lathoif Ghozali, -Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Masalah Mursalah, *Jurnal ISSN Tahun 2021*: 2

2. Auditor melakukan penelitian dan audit terhadap pabrik (perusahaan),. Isi ujian meliputi:
 - a. Deteksi akurat bahan produk, termasuk bahan standar dan aditif (pelengkap).
 - b. Review bukti pembelian bahan produk.
3. Bahan-bahan tersebut, terutama yang diduga ilegal atau mengandung barang haram (najis), kemudian diperiksa di laboratorium untuk kepastiannya.
4. Beberapa audit terhadap perusahaan non-sporadik; tidak sesekali, auditor LPPOM (MUI) merekomendasikan atau bahkan mewajibkan bahan yang diduga atau diduga mengandung bahan haram (najis) untuk menggunakan bahan yang dianggap halal atau telah disertifikasi sebagai Bahan halal. Jika perusahaan berkeinginan tetap untuk memperoleh sertifikat produk halal di bawah MUI, MUI atau forum lain yang dianggap berwenang.
5. Hasil pemeriksaan dan pengkajian LPPOM (MUI) kemudian dituangkan dalam risalah rapat, risalah tersebut kemudian diserahkan kepada Panitia Fatwa MUI untuk diadili.
6. Dalam rapat Komite Fatwa, LPPOM (MUI) membahas dan mengungkapkan isi risalah rapat, kemudian dilakukan pembahasan secara cermat dan mendalam dalam rapat Komite Fatwa MUI.
7. Produk yang masih mengandung bahan yang diragukan kehalalannya, atau bukti pembelian bahan produk yang dianggap tidak jelas oleh rapat Komite Fatwa, akan dikembalikan ke LPPOM (MUI) untuk diteliti atau dikaji ulang oleh perusahaan yang bersangkutan.

8. Sedangkan untuk produk yang dianggap halal oleh rapat Komite Fatwa, maka fatwa halal ditegakkan melalui rapat Komite Fatwa.⁷¹

1. Pedoman Peradilan Umum Tentang Halal Dan Haram

Aturan ini menjelaskan bahwa, pada prinsipnya, tidak ada yang dilarang dan semuanya diperbolehkan sampai secara khusus dinyatakan lain dalam teks Syariah yang dapat dipercaya dan sah (yang penulisnya adalah Allah dan Rasul Allah), yang memiliki kekuatan untuk menciptakan hukum itu sendiri) yang melarangnya. Jika tidak ada nash yang shahih, seperti halnya ada beberapa hadis yang keliru, atau dalam hadis tersebut ayatnya tidak jelas untuk menunjukkan haram, maka hal tersebut masih dapat diterima.⁷²

Sarjana Islam mendasarkan persyaratan mereka pada gagasan bahwa segala sesuatu dapat diterima pada awalnya, dalam QS. al-Baqarah/2:29 menjelaskan hal yang hampir sama yaitu:⁷³

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ
سَمَوَاتٍ ۗ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾

Terjemahnya:

“Dia-lah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan dia berkehendak menuju langit, lalu dia jadikan-Nya tujuh langit. dan dia Maha mengetahui segala sesuatu.!”

Mayoritas ahli percaya bahwa bagian ini hanya mengatakan bahwa manusia dapat melakukan apa saja selama tidak ada alasan lain untuk mengatakan sebaliknya. Namun, beberapa orang sadar bahwa ini salah. Untuk menentukan apakah sesuatu itu

⁷¹ Rikka Cahyati, Robin Jonathan, Rina Masitoh Hariyadi, -Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Minat Beli Luwak White Coffee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarindal, (2016), 4.

⁷² Hamidy Penerbit and Bina Ilmu, _HALAL DAN HARAM DALAM ISLAM OLEH SYEKH MUHAMMAD YUSUF QARDHAWI Alih Bahasa: H. Mu'ammal Hamidy Penerbit: PT. Bina Ilmu, 1993', 1993.h.14

⁷³ Kementerian Agama RI.,|Al-Qur'an dan Terjemahnya|, (Madinah: Mujamma_ Khadim al Haramain asy-Syarifain al Malik Fahd li thiba_at al Mush-haf asy-Syarif, (2013), 13

diperbolehkan atau tidak, mereka membutuhkan alasan yang meyakinkan.⁷⁴

Bertentangan dengan keadaan diubudiyah, di mana manusia pada awalnya dilarang melakukan apapun yang berkaitan dengan agamanya semala tidak punya landasan dalil yang kuat, aturan ini memberikan kebebasan manusia untuk melakukan muamalah, atau kegiatan duniawi, asalkan tidak ada dalil langsung yang melarang perbuatan tersebut. Akibatnya, area halal menurut hukum Islam sebenarnya cukup besar sedangkan arena haram sebenarnya sangat kecil. Jumlahnya benar-benar sedikit, namun bagian-bagian ini tepat dan padat dalam halal dan haram. Jika dilihat dari hukum asal, halal merupakan kategori yang masuk untuk dikehendaki Allā, adalah sesuatu yang tidak ada penjelasan halal-haramnya.

Aturan ini semakin memperjelas bahwa prinsip awal bahwa segala sesuatu adalah halal meliputi perbuatan dan pekerjaan yang tidak berkaitan dengan hal-hal ibadah, atau yang biasa kita sebut dengan adat atau mu'amalah, serta menyangkut perbuatan dan benda. Masalah tersebut tidak melanggar hukum atau dibatasi, kecuali jika itu adalah sesuatu yang secara tegas dilarang oleh syari'ah.

Mengenai masalah adat, atau apa yang biasanya digunakan orang untuk kebaikan dunia mereka sesuai dengan apa yang mereka butuhkan, pada awalnya tidak dilarang. Segala sesuatu diperbolehkan kecuali yang dilarang oleh Allah. Itu karena Allah telah menetapkan baik perintah maupun larangan. Ibadah membutuhkan organisasi. Jadi bagaimana bisa sesuatu yang tidak diatur sebagai terlarang.

Menurut Imam Ahmad dan ahli fiqh lainnya, tauqif adalah faktor terpenting untuk beribadah haruslah punya sumber dari Allah dan Rosulnya, maka dari itu, kecuali Allah telah memerintahkannya, maka ibadah ini dilarang.

⁷⁴ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur'an*, Vol 1, Cet.III; Jakarta: Lentera Hati, (2002), 138

Sebuah aturan dibuat: -Mengenai ibadah, tidak ada yang dapat dilakukan kecuali menurut syariat yang ditetapkan oleh Allah dan hukum adat tidak boleh dilarang, kecuali jika ada ketentuan yang dilarang oleh Allah.⁷⁵

2. Hanya Allah yang berhak menentukan halal dan haram.

Tidak peduli seberapa tinggi kedudukan manusia dalam bidang agama dan dunia, hukum ini telah membatasi kemampuan mereka untuk memutuskan apa yang halal dan apa yang haram. Sekarang, hanya Allah yang memiliki kapasitas untuk memutuskan apa yang halal dan haram.

Para ulama fiqh yakin bahwa hanya Allah yang memiliki otoritas berhak memilih mana yang halal dan mana yang haram, walaupun melalui kitab-Nya (Al-Qur'an) atau melalui perkataan Rasul-Nya (Sunnah). Tanggung jawab utama mereka adalah untuk memperjelas aturan Allah tentang apa yang halal dan apa yang haram. Sebagaimana dalam firman-Nya QS.al-An'am/6:119.

.. وَقَدْ فَصَّلَ لَكُمْ مَا حَرَّمَ عَلَيْكُمْ ..

Terjemahnya:

*“Padahal Sesungguhnya Allah Telah menjelaskan kepada kamu apa yang diharamkan-Nya atasmu,”*⁷⁶

-Saya bertemu dengan guru-guru kami dari para ahli ilmu, bahwa mereka tidak menyukai fatwa, maka mereka berkata: ini halal dan ini haram, kecuali menurut apa yang terkandung dalam Al-Qur'an secara tegas tanpa memerlukan penafsiran.⁷⁷

Penetapan halal dan haram dalam Al-Qura'an masalah bersifat umum, sehingga penafsirannya masih dibutuhkan. Akibatnya, orang berhak menafsirkan ayat dan hadits dengan memperhatikan

⁷⁵ Busrah, _Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Fkip Unasman', *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Sosial Budaya Islam*, 4.2 (2019), 16.

⁷⁶ Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, 207.

⁷⁷ Busrah, _Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Fkip Unasman', *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Sosial Budaya Islam*, 4.2 (2019), 16.

beberapa pedoman dan norma yang telah diberikan mufassir dan ulama hukum dalam pembedanya. Allah memberikan kedudukan hukum bagi mereka dalam Al-Qur'an dan hadits.

3. Syirik sama dengan mengharamkan yang halal dan menghalalkan yang haram.

Jika Islam menolak pola pikir orang-orang yang ingin mendefinisikan apa yang haram dan halal, maka ia juga memberikan sesuatu yang khusus kepada orang-orang yang berusaha untuk melarangnya dengan beban yang sangat besar karena ia menyadari bahwa ini akan menyedihkan dan membatasi manusia. . terhadap sesuatu yang telah dikabulkan Allah. Selain itu, itu karena berbagai pengaruh yang dibawa oleh otoritas agama yang terlalu bersemangat.⁷⁸

Maka dari itu, sesuatu yang dibolehkan kemudian dilarang maka bisa bersifat syirik. Dan justru inilah yang dikutuk dengan keras oleh Al-Qur'an—serta sikap orang-orang yang berani membatasi diri dari makanan dan hewan yang lezat, bahkan jika Allah melarangnya—cara orang-orang musyrik Arab memperlakukan teman dan berhala mereka. Diantaranya, mereka melarang konsumsi ham, saibah (unta betina yang bersumpah menyembah berhala), washlah (kambing yang melahirkan tujuh anak), dan bahrah (unta betina yang melahirkan anak kelima). (unta yang telah mengandung sepuluh kali untuk ini disediakan untuk berhala).

Dalam Islam tidak dapat dipungkiri banyak perbedaan pendapat dalam menentukan suatu hukum berdasarkan pandangan masing-masing ahli fuqaha, karena yang dimaksud dengan menghalalkan yang diharamkan adalah melanggar ketentuan hukum yang telah pasti, atau melanggar ketentuan hukum yang berlaku. status yang telah disepakati secara mufakat tanpa

⁵¹ Hamidy Penerbit and Bina Ilmu, *HALAL DAN HARAM DALAM ISLAM OLEH SYEKH MUHAMMAD YUSUF QARDHAWI* Alih Bahasa: H. Mu'ammal Hamidy Penerbit: PT. Bina Ilmu, 1993', 1993.h.23

Mengenai status hukum, masih terdapat perbedaan pandangan lain di antara para peneliti.

4. Larangan halal akan menyebabkan kejahatan dan bahaya

Sebagai Dzat yang menciptakan manusia dan Pemberi banyak karunia, Allah memiliki wewenang untuk memutuskan apa yang boleh dan apa yang tidak, sebagaimana Dia memiliki hak untuk menetapkan aturan dan menetapkan bagaimana ibadah dilakukan. Sedangkan Untuk melanggar, manusia tidak ada izin.

Ini semua adalah hak istimewa ilahi, dan mereka semua harus membuat pengorbanan yang jelas untuk melayani Dia. Tapi Allah juga menunjukkan belas kasihan kepada umat-Nya. Akibatnya, Dia menetapkan apa yang legal dan ilegal berdasarkan kriteria ma'qul (logis) yang melayani manusia. Dengan demikian Allah tidak akan menegakkan apa pun selain yang baik dan melarang apa pun selain yang mungkar.⁷⁹

Memang benar bahwa di masa lalu, Tuhan melarang berkat bagi orang Yahudi. Namun, semua ini adalah hukuman atas ketidaktaatan dan pelanggaran mereka terhadap larangan Allah. Halo, Allah sendiri telah menjelaskan hal ini dalam firman Nya QS. Al-An_an/6:146

وَعَلَى الَّذِينَ هَادُوا حَرَّمْنَا كُلَّ ذِي ظُفْرٍ^ط وَمِنَ الْبَقَرِ وَالْغَنَمِ حَرَّمْنَا عَلَيْهِمْ شُحُومَهُمَا إِلَّا مَا حَمَلَتْ ظُهُورُهُمَا أَوْ الْحَوَايَا أَوْ مَا اخْتَلَطَ بِعَظْمٍ^ط ذَلِكَ جَزَيْنَاهُمْ بِغَيْبِهِمْ
وَإِنَّا لَصَادِقُونَ^ط

Terjemahnya:

“Dan kepada orang-orang Yahudi, kami haramkan segala binatang yang berkuku 29 dan dari sapi dan domba, kami haramkan atas mereka lemak dari kedua binatang itu, selain lemak yang melekat di punggung keduanya atau yang di perut besar dan usus atau yang bercampur dengan tulang. Demikianlah kami

⁵² Hamidy Penerbit and Bina Ilmu, HALAL DAN HARAM DALAM ISLAM OLEH SYEKH MUHAMMAD YUSUF QARDHAWI Alih Bahasa: H. Mu'ammal Hamidy Penerbit: PT. Bina Ilmu, 1993', 1993.h.28

*hukum mereka disebabkan kedurhakaan mereka; dan Sesungguhnya kami adalah Maha benar.*⁸⁰

Dimungkinkan juga untuk menganggap pembatasan sebagai sarana mendidik anak-anak daripada sebagai hukuman atas ketidaktaatan mereka. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa ketidaktaatan mereka adalah akibat dari kerasnya hati mereka dan kuasa nafsu binatang atas jiwa mereka. Akibatnya, Allah membatasi makanan tertentu dalam upaya untuk melunakkan hati mereka dan membiarkan nafsu binatang pergi.

Nabi Muhammadi pernah ditanyakan tentang halal dan haram, Allah memberikan jawaban yang jelas. Respon cepat adalah (yang juga bagus). Segala sesuatu yang dianggap wajar oleh jiwa yang diinginkan dan layak untuk digunakan dalam masyarakat dan yang tidak dihasilkan dari pengaruh tradisi disebut ayyib ..Begitulah seperti yang dikatakan Allah dalam al-Qur'an QS. al-Maidah/5: 4

يَسْأَلُونَكَ مَاذَا أُحِلَّ لَهُمْ قُلْ أُحِلَّ لَكُمْ الطَّيِّبَاتُ

Terjemahnya:

*"Mereka menanyakan kepadamu: "Apakah yang dihalalkan bagi mereka?". Katakanlah: "Dihalalkan bagimu yang baik-baik)"*⁸¹

5. Setiap Halal Bisa Ada Tanpa Haram

Islam "tidak melarang apa pun kecuali bahwa ia memberikan jalan keluar yang lebih baik untuk menyelesaikan kebutuhan ini," yang merupakan salah satu kualitasnya dan kemudahan yang disajikan untuk membantu orang. Hal ini seperti apa yang diterangkan oleh Ibnul Qayyim dalam A'lamu Muwaqqit 2: 111 dan Raudhat al-Muhibbīn halaman 10. Beliau mengatakan:

⁸⁰ Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, 213.

⁸¹ Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya : 158

„Allah mengharamkan mereka untuk mengetahui nasib dengan membagi bagikan daging pada azlam, tetapi di balik itu Ia berikan gantinya dengan doa istikharah. Allah mengharamkan mencari untung dengan menjalankan riba; tetapi dibalik itu Ia berikan ganti dengan suatu perdagangan yang membawa untung“⁸².

Allah mengutuk perjudian, tetapi dia memberi imbalan kepada mereka yang melakukannya dengan kekayaan yang diperoleh melalui unta, kuda, dan lomba memanah. Selain mengharamkan sutera, Allah juga memberikan ganti pakaian yang bagus dari wol, kapuk, dan kapas. Meskipun Allah melarang liwa dan zina, Dia telah memberikan alternatif berupa nikah yang sah. Allah melarang konsumsi alkohol, tetapi Dia menggantinya dengan minuman lezat yang bermanfaat baik secara rohani maupun mental. Begitu juga Allah melarang atau mengharamkan suatu makanan yang tidak baik, dan menggantinya dengan makanan yang baik untuk dikonsumsi.

Artinya, jika kita berpegang teguh pada setiap ajaran Islam ini, kita akan melihat bahwa Allah SWT tidak memberikan kesempatan (baca: haram) kepada hamba-Nya, tetapi ada juga keterbukaan di wilayah lain. Karena Allah tidak ingin mempersulit hidup hamba-hamba-Nya atau membuat mereka ketakutan. Dia sebenarnya ingin membuat hidup hamba-Nya nyaman, penuh kasih, dan penyayang. Seperti halnya dalam al-Qur'an QS. an-Nisa/4:26-28:

يُرِيدُ اللَّهُ لِيُذَيِّبَ لَكُمْ وَيَهْدِيَكُمْ سُنَنَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ وَيَتُوبَ عَلَيْكُمْ وَاللَّهُ عَلِيمٌ
 حَكِيمٌ ﴿٢٦﴾ وَاللَّهُ يُرِيدُ أَنْ يَتُوبَ عَلَيْكُمْ وَيُرِيدُ الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الشَّهَوَاتِ أَنْ تَمِيلُوا
 مِيلًا عَظِيمًا ﴿٢٧﴾ يُرِيدُ اللَّهُ أَنْ تَخْشَوْا مِنْهُ وَتَحْفَظَ عَنْكُمْ وَخَلَقَ الْإِنْسَانَ ضَعِيفًا ﴿٢٨﴾

⁸² Hamidy Penerbit and Bina Ilmu, *HALAL DAN HARAM DALAM ISLAM OLEH SYEKH MUHAMMAD YUSUF QARDHAWI* Alih Bahasa: H. Mu'ammal Hamidy Penerbit: PT. Bina Ilmu, 1993, 1993.h.33

Terjemahnya :

Allah hendak menerangkan (hukum syariat-Nya) kepadamu, dan menunjuki kepada jalan-jalan orang yang sebelum kamu (para nabi dan shalihin) dan (hendak) menerima taubatku. dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana. Dan Allah hendak menerima taubatmu, sedang orang-orang yang mengikuti hawa nafsunya bermaksud supaya kamu berpaling sejauh jauhnya (dari kebenaran). Allah hendak memberikan keringanan kepadamu, dan manusia dijadikan bersifat lemah.⁸³

Satu persatu sebagian kecil dari karunia Tuhan dinyatakan dalam tiga baris di atas. Ayat tersebut mengklaim bahwa Allah menjelaskan hukum-hukum ini kepada Anda, mengarahkan Anda ke arah yang benar, menunjukkan kebaikan-Nya, dan meringankan beban Anda. Kenyamanan ini diperuntukkan bagi mereka yang tidak memiliki kekuatan untuk menahan badai naluriah, dan kapasitas serta daya tahan mereka terbatas.⁸⁴

6. Apa Saja yang Membawa Kepada Haram adalah Haram.

Salah satu pemikiran yang diakui Islam adalah bahwa jika ada sesuatu yang dilarang oleh Islam, maka wasilah dan segala cara yang dapat dilakukan untuk melakukan aktivitas ilegal juga dilarang oleh hukum. Oleh karena itu, jika Islam mengutuk sesuatu seperti perzinahan semua pendahulunya dan segala sesuatu yang dapat memfasilitasi tindakan tersebut sama-sama dilarang. Misalnya dengan memamerkan perhiasan, menghabiskan waktu sendiri (cinta bebas), bergaul bebas, memposting gambar telanjang yang jorok, bertingkah tidak sopan, mendengarkan musik liar, dan sebagainya.⁸⁵

Profesor hukum menarik kesimpulan dari ini dan merumuskan aturan. Apa pun yang menghasilkan perilaku ilegal adalah melanggar hukum. Pedoman ini sesuai dengan apa yang diakui

⁸³ Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, 122.

⁸⁴ Allamah Kamal Faqih Imani, *Nūr al-Qur'ān: An Enlightening Commentary into The Light Of The Holy Qur'ān*. Jilid 4. terj. Anna Farida (Cet.I; Jakarta: Al-Huda, 2003),13.

⁸⁵ Hamidy Penerbit and Bina Ilmu, *HALAL DAN HARAM DALAM ISLAM OLEH SYEKH MUHAMMAD YUSUF QARDHAWI* Alih Bahasa: H. Mu'ammal Hamidy Penerbit: PT. Bina Ilmu, 1993', 1993.h.35.

Islam, yaitu bahwa dosa dari kegiatan yang melanggar hukum mencakup wilayah yang sangat luas, mencakup semua orang yang berhubungan dengannya baik melalui harta maupun sikap, dan bukan hanya pelakunya secara langsung. Setiap orang menerima dosa sesuai dengan keterlibatannya. Misalnya, Rasulullah mengamati bahwa alkohol mendatangkan laknat bagi yang mengkonsumsinya, menciptakannya (pemerang), membawanya, memberikannya, menjualnya, dan sebagainya. Oleh karena itu, segala sesuatu yang dapat memudahkan terjadinya pelanggaran hukum sama-sama dilarang. Dan siapa pun yang membantu mereka yang melakukan kejahatan juga akan terlibat dalam kesalahan mereka sendiri.

7. Niat Baik Tidak Dapat Melepaskan yang Haram

Aturan ini menjelaskan bahwa sekalipun seseorang melakukan perbuatan melawan hukum, adanya alasan yang sah untuk melakukannya tidak serta merta meniadakan status perbuatan melawan hukum tersebut.

Islam mempromosikan segala sesuatu yang dapat mempromosikan niat mulia, ambisi tinggi, dan tindakan yang sangat baik di semua arah dan dalam hukumnya. Untuk itulah maka Nabi Muhammad saw. bersabda:

“Sesungguhnya semua amal itu harus disertai dengan niat (ikhlas karena Allah), dan setiap orang dinilai menurut niatnya.” (Riwayat Bukhari)⁸⁶

Semua yang halal dan konvensional dapat digunakan dengan niat baik untuk beribadah dan mengabdikan kepada Allah. Oleh karena itu, makan dan minum dapat dianggap sebagai ibadah dan qorban jika dilakukan dengan tujuan untuk menopang diri sendiri dan membentengi tubuh agar dapat menunaikan kewajibannya untuk mengabdikan kepada Allah dan ciptaan-Nya.

⁸⁶ Muhammad Bin Allan al-Shadiqi, *-al-Dalil al-Falihin*, Jilid I, Cet. III; Lebanon: Dār alKutub al-Ilmi_ah, (2009), h.26

Demikian pula, siapa saja yang memberikan syahwat kepada istrinya dengan tujuan menghasilkan anak atau karena mereka melindungi diri dan keluarganya dari perilaku maksiat, memenuhi syarat sebagai ibadah yang layak mendapat pahala.

Betapapun mengagumkan niat dan tujuannya, tetap saja itu dianggap haram. Sehebat apapun strateginya, selama tidak didukung oleh Islam, itu haram dan tidak bisa digunakan untuk tujuan mulia. Islam selalu mencari tujuan yang suci, dan jalannya harus sama sucinya. Syariat Islam tidak membenarkan prinsip apa yang disebut (untuk mencapai tujuan, cara apapun dibenarkan), atau suatu prinsip yang mengatakan (untuk dapat memperoleh sesuatu yang baik, boleh dilakukan dengan bergelimang dalam kebatilan). Bahkan yang ada adalah sebaliknya, setiap tujuan baik, harus dicapai dengan cara yang baik pula.⁸⁷

Oleh karena itu, jika seseorang berniat untuk membangun masjid atau melakukan niat baik lainnya dengan menggunakan uang yang diperoleh dengan cara yang haram (seperti riba, maksiat, permainan haram, judi, dan sebagainya), niat baik mereka tidak akan menjadi syafaat bagi mereka untuk diampuni kejahatannya yang melanggar hukum. Definisi haram dalam hukum Islam tidak dipengaruhi oleh maksud atau tujuan.

8. Sesuatu yang Haram Berlaku Untuk Semua Orang

Menurut hukum Islam, haram adalah sesuatu yang bersifat inklusif dan ejecting. Akibatnya, segala sesuatu yang haram bagi orang lain (ajam) adalah halal bagi orang Arab. Bagi orang kulit putih, satu-satunya hal yang halal adalah untuk orang kulit hitam. Tidak ada rukhsah (petir) yang diberikan kepada suatu tingkatan atau golongan orang sehingga mereka dapat menggunakannya untuk melakukan hal-hal jahat yang didorong oleh keinginan mereka. Orang yang melakukan ini sering menyebut diri mereka sebagai orang suci, raja, imam, dan imam. Bahkan seorang Muslim

⁸⁷ Busrah, 'Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Fkip Unasman', *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Sosial Budaya Islam*, 4.2 (2019), 20.

dengan hak unik tidak dapat membuat sesuatu menjadi halal untuk dirinya sendiri sementara membuatnya haram bagi orang lain.⁸⁸

Bagi seluruh umat manusia, apapun yang telah Allah nyatakan sah melalui ketentuan hukum adalah sah. Dan apapun yang dilarang juga berlaku untuk seluruh umat manusia. Sampai hari kiamat, ini benar. Misalnya, mencuri dilarang baik dilakukan oleh seorang Muslim atau non-Muslim dan apakah korban pencurian adalah seorang Muslim atau bukan. Semua pencuri tunduk pada hukum, terlepas dari status atau tempat mereka dalam masyarakat. Nabi Allah melakukan dan mengatakan hal-hal ini.

Ada kasus pencurian yang dilakukan oleh seorang Muslim pada masa Nabi, namun ada kontroversi seputar masalah seorang Yahudi dan seorang Muslim. Dia berusaha menghindari tuduhan terhadap teman Muslimnya setelah salah satu anggota keluarga Muslimnya menuduh seorang Yahudi menggunakan informasi yang dia kumpulkan, meskipun dia adalah pencurinya. Dia kemudian bermaksud mengadu kepada Nabi tentang topi itu dengan harapan dia akan dibebaskan dari semua tuduhan dan hukuman. Waktu itu turunlah ayat yang menyingkap kejahatan ini dan membebaskan orang Yahudi tersebut dari segala tuduhan. Rasulullah saw. mencela orang Islam tersebut dan menjatuhkan hukuman kepada pelakunya. Wahyu Allah QS. AnNisa'/4:105 berbunyi sebagai berikut:

إِنَّا أَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ لِتَحْكُمَ بَيْنَ النَّاسِ بِمَا أَرَاكَ اللَّهُ ۗ وَلَا تَكُنْ لِلْخَائِبِينَ

خُصِيمًا

⁸⁸ Hamidy Penerbit and Bina Ilmu, HALAL DAN HARAM DALAM ISLAM OLEH SYEKH MUHAMMAD YUSUF QARDHAWI Alih Bahasa: H. Mu'ammal Hamidy Penerbit: PT. Bina Ilmu, 1993', 1993.h.42.

Terjemahnya :

“Sesungguhnya kami telah menurunkan kitab kepadamu dengan membawa kebenaran, supaya kamu mengadili antara manusia dengan apa yang Telah Allah wahyukan kepadamu, dan janganlah kamu menjadi penantang (orang yang tidak bersalah), Karena (membela) orang-orang yang khianat.”⁸⁹

Kejahatan yang dilakukan Thu'mah dan menyembunyikan barang curian di rumah seorang Yahudi adalah alasan turunnya ayat ini. Thu'mah menolak untuk mengakui apa yang telah dilakukan dan mengklaim bahwa orang-orang Yahudi telah mencuri barang-barang itu. Nabi diberi ide ini oleh keluarga Thu'mah. Terlepas dari kenyataan bahwa mereka tahu bahwa Thu'mah yang telah mencuri barang-barang itu, mereka memohon kepada nabi untuk mendukung Thu'mah dan menghukum orang-orang Yahudi, dan nabi hampir mendukung klaim Thu'mah dan keluarganya terhadap orang-orang Yahudi.

Meskipun ayat ini ditujukan kepada Nabi, namun tujuannya adalah umat Nabi, bukan Nabi itu sendiri, menurut konsensus umat Nabi Muhammad, yang suci dan bebas dari segala dosa dan malu.⁹⁰

9. Keadaan Terpaksa Membolehkan Yang Terlarang

Islam membatasi apa yang dianggap haram. Namun, masalah haram menjadi lebih mendesak, dan semua rute rahasia dan terbuka yang mungkin mengarah ke sana telah diblokir. Akibatnya, hukum melarang segala sesuatu yang akan menyebabkan haram, membantu haram, dan mempromosikan haram. Ia juga melarang setiap kebijakan (rencana) yang mempromosikan haram. Begitulah seterusnya seperti yang telah kami sebutkan prinsip-prinsipnya di atas.⁹¹

⁸⁹ Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, 140.

⁹⁰ Allamah Kamal Faqih Imani, *Nūr al-Qur'ān: An Enlightening Commentary into The Light Of The Holy Qur'ān*. Jilid 4. terj. Anna Farida, 167.

⁹¹ Hamidy Penerbit and Bina Ilmu, *HALAL DAN HARAM DALAM ISLAM OLEH SYEKH MUHAMMAD YUSUF QARDHAWI* Alih Bahasa: H. Mu'ammal Hamidy Penerbit: PT. Bina Ilmu, 1993', 1993.h.46.

Namun, Islam tidak mengabaikan kepedulian terhadap kehidupan manusia dan kelemahan manusia dalam menangani masalah ini. Islam dengan demikian mengakui kesalahan manusia yang melekat dan kepentingan manusia yang tidak dapat dihindari. Oleh karena itu, seorang Muslim ditempatkan dalam situasi yang sangat memaksa, diizinkan untuk melanggar hukum karena tekanan eksternal dan hanya untuk menyelamatkan diri dari pemusnahan. Oleh karena itu Allah mengatakan dalam al-Qur'an QS. Al-Baqarah/2:173, sesudah menyebut satupersatu makanan yang diharamkan, seperti: bangkai, darah dan babi:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهِلَّ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ
غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Allah Hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”⁹²

Ketika mendefinisikan bangkai, Muhammad Quraish Shihab mengatakan bahwa itu adalah binatang yang hidupnya tidak diakhiri dengan cara yang benar, seperti dicekik, dipukul, jatuh, ditanduk, atau diserang oleh binatang buas, tetapi tidak sempat dibunuh, dan (disembelih untuk berhalal). Spesies air, termasuk ikan dan makhluk laut lainnya, serta belalang, tidak dianggap bangkai.⁹³

Ketika membahas masalah makanan najis, pentingnya hal ini ditegaskan kembali dalam empat surat. Dan para fuqaha menetapkan teori yang sangat penting dalam garis-garis ini dan

⁹² Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, 42.

⁹³ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur., an*, Vol 1.

tempat-tempat lain, yaitu: -Negara paksaan mengotorisasi yang dilarang. Namun demikian, ayat-ayat tersebut pun tetap memberikan efek jera bagi pelaku (orang yang diyakini berada dalam paksaan); khusus tidak sengaja dan tidak melewati batas. Dimungkinkan untuk membaca ini sebagai perasaan yang tidak disengaja, yang berarti bahwa keinginan untuk kelezatan tidak disengaja. Selain itu, frasa tidak melampaui batas itu berarti tidak melampaui ruang lingkup hukum yang berlaku.⁹⁴

Berdasarkan ayat ini pula, para ulama ahli fiqh menetapkan suatu Kaidah ilmu fiqh, yaitu:

ال طوارئ ت سمح بما هو محظور

Artinya:

“Kedaruratan itu membolehkan yang terlarang”.

Ini menunjukkan bahwa ketika ada keadaan darurat, bantuan diberikan, bahkan jika itu bertentangan dengan aturan tertentu saat ini. Namun, ada larangan melanggar beberapa hukum karena keadaan darurat, sebagaimana tercantum dalam pedoman fikih berikut:

وما في جواز بس بب حالة ال طوارئ في فأس ح سب
ح جم ال حالة ال طوارئ

Artinya:

*“Dan apa-apa yang diperbolehkan karena darurat diukur menurut ukuran kedaruratannya”.*⁹⁵

Kaidah ini memberikan batasan kepada orang yang sedang mengalami keadaan darurat agar tidak terlalu mengikuti hawa

⁹⁴ Busrah, _Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Fkip Unasman’, *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Sosial Budaya Islam*, 4.2 (2019),21

⁹⁵ Basiq Djalil, *Ilmu Ushul Fiqh*, edisi revisi (Cet ke II; Jakarta: Kencana, 2014), 139

nafsu didalam memanfaatkan kedaruratan yang sedang dialaminya. Bahwa terpaksaanya seseorang melanggar satu ketentuan karena darurat, ukurannya hanya sekedar terlepas dari bahaya tersebut. Oleh karena itu setiap manusia sekalipun dia boleh tunduk kepada keadaan darurat, tetapi dia tidak boleh menyerah begitu saja kepada keadaan tersebut, dan tidak boleh menjatuhkan dirinya kepada keadaan darurat itu dengan kendali nafsunya. Tetapi dia harus tetap mengikatkan diri kepada pangkal halal dengan terus

berusaha mencarinya. Sehingga dengan demikian dia tidak akan tersentuh dengan haram atau mempermudah dharurat.

Islam dengan memberikan perkenan untuk melakukan larangan ketika dharurat itu, hanyalah merupakan penyaluran jiwa keuniversalan Islam itu dan kaidah-kaidahnya yang bersifat kulli (integral). Dan ini adalah merupakan jiwa kemudahan Islam yang tidak dicampuri oleh kesukaran dan memperingan, seperti cara yang dilakukan oleh ummat dahulu.

10. Apa Yang Ghaib Bagi Kita, Jangan Kita Tanyakan

Selain itu, pedoman ini memudahkan umat Islam untuk melakukan muamalah, seperti makan makanan. Seorang Muslim tidak diwajibkan untuk menanyakan tentang peristiwa-peristiwa yang tidak dialaminya secara pribadi, seperti: Bagaimana pembunuhan itu dilakukan? Apakah persyaratannya ada atau tidak? Apakah Anda menyebut Allah SWT? Bahkan pembunuhan yang tidak kita lihat secara pribadi adalah sah bagi kita, apakah itu dilakukan oleh seorang Muslim—yang bodoh dan jahat—atau oleh para pengikut Kitab. Sebab, seperti apa yang telah kita sebutkan di atas, yaitu ada suatu kaum yang bertanya kepada Nabi:

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا: أَنَّ قَوْمًا قَالُوا: يَا رَسُولَ اللَّهِ إِنَّ قَوْمًا يَأْتُونَنَا بِاللَّحْمِ لَا نَدْرِي أَذَكَرُوا اسْمَ اللَّهِ عَلَيْهِ أَمْ لَا، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «سَمُّوا اللَّهَ عَلَيْهِ وَكُلُّوه»⁴⁶

Artinya:

“Dari aisyah r.a. Bahwa ada satu kaum yang memberinya daging, tetapi kita tidak tahu apakah disebut asma' Allah atau tidak. Maka jawab Nabi: Sebutlah asma' Allah atasnya dan makanlah,” (Riwayat Bukhari).⁹⁶

Para ulama meyakini bahwa segala aktivitas dan pengeluaran selalu dipandang halal dan dapat diterima berdasarkan hadits ini, kecuali ada bukti (bukti) yang membuktikan kerugian dari pembatalan tindakan tersebut.

K. Halal dan Haram terkait Makanan dan Minuman

1. Bangkai

Untuk pertama kalinya, bangkai binatang yang mati secara alami setelah dibunuh dengan sengaja atau melalui perburuan disebut sebagai makanan terlarang dalam sebuah ayat Al-Qur'an. Saat ini, hati sebagian orang mempertanyakan rasionalitas melarang manusia memakan bangkai, sehingga mereka memilih untuk membuangnya daripada memakannya. Kami menjawab bahwa pelarangan bangkai menawarkan banyak wawasan tentang masalah ini.⁹⁷

- a. Kecenderungan manusia yang sehat pasti akan menghindari makan bangkai dan akan menganggapnya kotor. Orang-orang di antara mereka yang cerdas pasti akan percaya bahwa memakan bangkai adalah perilaku merendahkan yang dapat menurunkan harga diri seseorang. Oleh karena itu, bangkai dianggap sebagai makanan najis di semua kepercayaan Samawi. Bahkan jika metode pembunuhannya berbeda, mereka tidak diizinkan untuk mengkonsumsi apa pun.

⁹⁶ Hamidy Penerbit and Bina Ilmu, *_HALAL DAN HARAM DALAM ISLAM OLEH SYEKH MUHAMMAD YUSUF QARDHAWI* Alih Bahasa: H. Mu'ammal Hamidy Penerbit: PT. Bina Ilmu, 1993', 1993.51

⁹⁷ Hamidy Penerbit and Bina Ilmu, *_HALAL DAN HARAM DALAM ISLAM OLEH SYEKH MUHAMMAD YUSUF QARDHAWI* Alih Bahasa: H. Mu'ammal Hamidy Penerbit: PT. Bina Ilmu, 1993', 1993.h 52.

- b. Agar tidak ada seorang Muslim pun yang memperoleh sesuatu atau mengalami keberhasilan sampai ia memantapkan niat, tujuan, dan upayanya untuk mencapai apa yang dimaksud, setiap Muslim harus membiasakan diri untuk membidik dan menginginkan dalam segala hal. Oleh karena itu, satu-satunya tujuan pembunuhan yang dapat membebaskan hewan dari statusnya sebagai bangkai adalah keinginan untuk mengambil jiwa hewan untuk dikonsumsi. Nampaknya Allah tidak merestui seseorang memakan sesuatu yang diperoleh tanpa tujuan atau pemikiran sebelumnya, seperti halnya memakan bangkai ini. Berbeda dengan hewan yang dikejar dan dibunuh, kegiatan tersebut membutuhkan niat, usaha, dan tindakan.
- c. Hewan yang mati dengan sendirinya biasanya melakukannya karena suatu alasan; penyebab ini bisa berupa penyakit yang merugikan mereka, penyebab yang mungkin timbul di kemudian hari, konsumsi jamu yang mematikan, dll. Tidak ada satupun yang dapat dijamin bebas resiko, misalnya hewan yang mati karena itu terlalu lemah dan dalam kondisi menyimpang.
- d. Karena Allah melarang kita manusia memakan bangkai, maka ia memberikan kesempatan kepada hewan atau burung untuk memakannya sebagai simbol kasih sayang-Nya kepada mereka. karena Al-Qur'an menegaskan bahwa hewan adalah makhluk seperti manusia.
- e. Jangan hanya membiarkan hewan-hewan itu menderita penyakit dan kelemahan sehingga mereka mati dan dilenyapkan; sebaliknya, pastikan bahwa manusia selalu sadar akan hewan yang mereka miliki.. Tetapi dia harus segera memberikan pengobatan atau mengistirahatkan.⁹⁸

⁹⁸ Hamidy Penerbit and Bina Ilmu, *HALAL DAN HARAM DALAM ISLAM OLEH SYEKH MUHAMMAD YUSUF QARDHAWI* Alih Bahasa: H. Mu'ammal Hamidy Penerbit: PT. Bina Ilmu, 1993', 1993.h 52.

2. Haramnya Darah Yang Mengalir

Darah adalah makanan terlarang kedua. Ketika ditanya tentang limpa (ihl), Ibnu Abbas berkata, "Makan!" Kemudian, seseorang berkata, "Ini darah." Darah yang diharamkan bagimu hanyalah darah yang mengalir, kata Ibnu Abbas. Alasan mengapa darah tidak boleh mengalir di sini adalah karena itu tidak bersih, yang membuat sulit bagi roh manusia yang murni untuk menikmatinya. Dan seperti halnya bangkai, ini juga dapat dianggap berbahaya.⁹⁹

Orang-orang primitif akan mengambil sesuatu yang runcing, seperti tulang atau sesuatu yang tajam, meletakkannya di atas binatang, seperti unta, dan kemudian mengumpulkan darah yang mengalir untuk diminum. Begitulah seperti yang dikatakan oleh al-A'syaa dalam syairnya yang artinya:

-Janganlah kamu mendekati bangkai, jangan pula kamu mengambil tulang yang tajam, kemudian kamu masukkan dia untuk mengeluarkan darah. Oleh karena mengeluarkan darah dengan cara seperti itu termasuk menyakiti dan melemahkan binatang, maka akhirnya diharamkannya darah tersebut oleh Allah swt.¹⁰⁰

3. Daging Babi

Saat ini, penelitian medis mengakui bahwa mengkonsumsi babi sangat berisiko untuk seluruh wilayah, terutama di tempat-tempat panas. Menurut penelitian ilmiah, mengkonsumsi daging babi adalah salah satu faktor yang berkontribusi terhadap perkembangan cacing pita yang sangat berbahaya. Dan mungkin di masa depan, ilmu pengetahuan kontemporer akan dapat memberikan lebih banyak detail tentang keaslian babi ini. Sementara ahli penyelidik berpendapat, bahwa membiasakan

⁹⁹ Busrah, *‘Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Fkip Unasman’*, *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Sosial Budaya Islam*, 4.2 (2019),h.22

¹⁰⁰ Hamidy Penerbit and Bina Ilmu, *‘HALAL DAN HARAM DALAM ISLAM OLEH SYEKH MUHAMMAD YUSUF QARDHAWI Alih Bahasa: H. Mu‘ammal Hamidy Penerbit: PT. Bina Ilmu, 1993’*, 1993.h .53.

makan daging babi dapat melemahkan perasaan cemburu terhadap hal-hal yang terlarang.¹⁰¹

4. Binatang Yang Disembelih Bukan Karena Allah

Hewan yang disembelih tanpa izin Allah, yaitu hewan yang disembelih dengan menyebut nama selain Allah. Misalnya, ketika orang-orang kafir ingin membunuh binatang, mereka biasa memanggil nama berhala mereka, seperti Lta dan Uzza. Dengan kata lain, itu berarti menyembah seseorang atau sesuatu selain Allah, Yang Maha Tinggi.

Untuk menjaga kesucian akidah, aqidah tauhid, dan memberantas kemusyrikan dengan segala manifestasi berhala-berhalanya di segala bidang, maka pelarangan penyembelihan hewan tidak dibenarkan karena Tuhan dalam konteks ini hanyalah dewa.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya dalam topik bangkai, keempat jenis hewan yang dijelaskan di atas masih terlalu umum (mujml) dan selanjutnya dipecah menjadi sepuluh kategori dalam surah al-Maidah. Rincian ini adalah sebagai berikut:¹⁰²

1) Al-Munkhaniqah:

Yaitu binatang yang dicekik sampai mati, baik dengan lehernya diremas atau dengan meletakkan kepalanya di tempat yang sempit, di antara cara-cara lainnya.

2) Al-Mauqūzah:

Yaitu hewan yang binasa setelah dipukul dengan tongkat, dll.

3) Al-Mutaraddiyah:

Yaitu hewan yang mati setelah jatuh dari ketinggian. Ini adalah ilustrasi hewan yang jatuh ke dalam sumur.

4) Al-Nathāhah:

¹⁰¹ Hamidy Penerbit and Bina Ilmu, HALAL DAN HARAM DALAM ISLAM OLEH SYEKH MUHAMMAD YUSUF QARDHAWI Alih Bahasa: H. Mu'ammal Hamidy Penerbit: PT. Bina Ilmu, 1993', 1993.h .47

⁶⁶ Hamidy Penerbit and Bina Ilmu, HALAL DAN HARAM DALAM ISLAM OLEH SYEKH MUHAMMAD YUSUF QARDHAWI Alih Bahasa: H. Mu'ammal Hamidy Penerbit: PT. Bina Ilmu, 1993', 1993.h .55

Khususnya hewan yang terlibat dalam pertempuran satu sama lain dan kalah.

5) *Mā akala al-sabū*:

yaitu hewan yang dibunuh setelah diserang oleh hewan liar yang memakan sebagian dagingnya.

Kemudian Allah menambahkan, "kecuali hewan yang kamu sembelih," yaitu, jika kamu menemukan hewan itu hidup, bunuhlah mereka. Dia sebelumnya telah menyebutkan lima jenis hewan yang berbeda. Seperti yang akan kita lihat dalam bab berikut, makhluk-makhluk ini menjadi halal jika mereka dibunuh.

Untuk mengetahui kebenaran apa yang telah disebutkan di atas tentang halalnya binatang tersebut kalau masih ada sisa umur, yaitu cukup dengan memperhatikan apa yang dikatakan oleh Ali r.a. Kata Ali yang artinya:

"Kalau kamu masih sempat menyembelih binatang-binatang yang jatuh dari atas, yang dipukul dan yang berbaku hantam itu, karena masih bergerak (kaki muka) atau kakinya, maka makanlah."¹⁰³

Masyarakat yang tidak berpendidikan biasa mengkonsumsi hewan-hewan ini, tetapi Allah melarangnya kecuali dalam kasus penyembelihan, menurut Dahhak. Jika mereka ditemukan ketika kaki, ekor, atau mata hewan masih berkedip dan mereka masih punya waktu untuk dibunuh, maka halalallah Dia.

Ada dua binatang yang dikecualikan oleh syariat Islam dari kategori bangkai, yaitu belalang, ikan dan sebagainya dari macam binatang yang hidup di dalam air sebagaimana firman Allah dalam al-Qur'an QS. al-Maidah:5/96 sebagai berikut:

أَحِلَّ لَكُمْ صَيْدُ الْبَحْرِ وَطَعَامُهُ مَتَّعًا لَكُمْ وَلِلسَّيْرَةِ....

⁶⁷ Hamidy Penerbit and Bina Ilmu, HALAL DAN HARAM DALAM ISLAM OLEH SYEKH MUHAMMAD YUSUF QARDHAWI Alih Bahasa: H. Mu'ammal Hamidy Penerbit: PT. Bina Ilmu, 1993', 1993.h .55

Terjemahnya:

“Dihalalkan bagimu binatang buruan laut dan makanan (yang berasal) dari laut sebagai makanan yang lezat bagimu, dan bagi orang-orang yang dalam perjalanan.”¹⁰⁴

Menurut tafsir Muhammad Quraish Shihab terhadap ayat ini, diperbolehkan berburu hewan buruan maupun yang hidup di sungai, danau, atau kolam, dan makanan dari laut, seperti ikan, udang, atau apa pun yang ada di dalamnya. pernah tinggal di sana tapi tidak bisa sekarang, meskipun telah mati dan mengapung, lezat untuk Anda, baik bagi mereka yang tinggal secara permanen di satu tempat maupun bagi mereka yang sedang dalam perjalanan..¹⁰⁵

Selain itu, ada dua kategori hewan dari perspektif lokasi: makhluk laut dan hewan darat. Semua makhluk air, termasuk yang ditemukan di laut, dapat disingkirkan secara sah dalam kondisi apapun, baik hidup atau mati, mengambang atau tidak. Makhluk ini dapat ditemukan sebagai ikan atau dalam berbagai bentuk, termasuk anjing laut, babi laut, dan sebagainya. Tidak perlu memperdebatkan apakah dia seorang Muslim atau kafir bagi yang menerimanya. Dalam hal ini, Allah memberikan kebebasan kepada umat-Nya dengan mengizinkan (mbah) konsumsi semua makhluk laut, tidak ada yang dilarang, dan tidak ada keharusan membunuh seperti halnya hewan lain. Padahal, Allah telah memberikannya kepada manusia untuk diambil dan digunakan sebagai modal kekayaan sesuai dengan kebutuhannya sambil berusaha semaksimal mungkin untuk menghindarkan mereka dari siksaan.

Al-Qur'an menyebutkan babi, darah, bangkai, dan mereka yang dibunuh karena alasan selain Allah, seperti yang telah dijelaskan dalam berbagai ayat sebelumnya, dengan pengaturan yang

¹⁰⁴ Kementerian Agama RI., Al-Qur'an dan Terjemahnya, 178.

¹⁰⁵ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur., an*, Vol 3, 206.

dibatasi menjadi empat jenis dan dibagi menjadi sepuluh jenis. Namun, Al-Qur'an tidak merinci apa yang haram dalam hal hewan darat. Tetapi di samping itu dalam Qur'an surah Al-A'raf ayat 157 juga mengatakan:

... وَنَجِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَمُحْرَمٌ عَلَيْهِمُ الْخَبِيثَاتُ ...

Terjemahnya:

“Dan Allah menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk.”

Yang disebut Khabi (yang kotor), atau apapun yang dianggap najis menurut standar tertentu tetapi umumnya dianggap najis oleh perasaan manusia. Justru itu Rasulullah melarang makan keledai kota pada hari Khaibar sebagaimana hadis Rasulullah saw.

نَهَى صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ أَكْلِ كُلِّ ذِي نَابٍ مِنَ السَّبَاعِ وَكُلِّ ذِي مَخْلَبٍ مِنَ الطَّيْرِ (البخاري)

Artinya:

“Rasulullah melarang makan semua binatang buas yang bertaring dan burung yang berkuku mencengkeram.” (Riwayat Bukhari).”

Yang dimaksud dengan binatang buas (sib), yang termasuk makhluk pemangsa seperti singa, serigala, dan lain-lain yang memburu mangsa dan memakannya tanpa ampun. Apa yang dimaksud dengan burung bercakar, disebut juga burung bercakar tajam, seperti elang, gagak bangkai, dan burung yang menyerupai elang? Ibn Abbas membantah bahwa kitab suci hanya menyebutkan empat hewan yang dilarang untuk dikonsumsi. Tampaknya ia memandang hadis-hadis tersebut dan lainnya sebagai mengatakan makruh daripada haram.

L. Regulasi Terkait Sertifikasi Halal

Ketentuan produk perundang-undangan dapat digunakan untuk menentukan bagaimana agama dan negara berinteraksi di Indonesia dalam mengelola sertifikasi produk halal. Diantaranya adalah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, dan UU No. 33 Tahun 2014, yang mengatur tentang penjaminan barang Halal.

Kesimpulan yang dapat diambil adalah apabila mengikuti pedoman yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan dan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan:

1. Pernyataan yang menyatakan kehalalan suatu produk cukup dengan ketentuan yang mengatur kehalalan produk tersebut. Pembuatnya sendiri telah memberikan informasi ini. Selain itu, ini opsional dan hanya fakultatif.
2. Barang halal tidak memerlukan sertifikasi dari organisasi tertentu. Informasi halal disediakan oleh produsen langsung pada barang-barang mereka.

Selain itu, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal disahkan pada tahun 2014. Karena merupakan undang-undang khusus yang berkaitan dengan hal ini, peraturan ini merupakan hasil dari undang-undang yang paling rinci dan menyeluruh tentang sertifikasi produk halal. . Pengesahan undang-undang ini menandai era baru dalam manajemen sertifikasi halal Indonesia.

Pasal 4 Undang-Undang Jaminan Produk Halal (JPH), salah satu ketentuannya, mengatakan bahwa semua barang yang masuk, beredar, dan bertransaksi di Indonesia harus bersertifikat halal. Selain itu, Pasal 5 ayat (1) UU JPH mewajibkan dibentuknya Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang tugas, tugas,

dan susunan organisasinya diatur dengan Peraturan Presiden (ayat 5).¹⁰⁶

BPJPH berwenang untuk menyusun kebijakan JPH, norma, standar, proses, dan kriteria JPH, serta menerbitkan dan mencabut sertifikasi halal untuk barang impor dan mendaftarkan sertifikat halal untuk barang impor. Persyaratan lebih lanjut dari UU RI No. 33 Tahun 2014 adalah bahwa BPJPH (Badan Penyelenggara jaminan Produk Halal) harus dibentuk paling lambat tiga tahun sejak undang-undang tersebut diundangkan. Namun, BPJPH belum terbentuk sebelum pelaksanaan studi ini.

M. Sejarah dan Budaya Kopi di Indonesia

Prastowo mengklaim bahwa budaya dan kebiasaan kopi Indonesia telah berkembang sejak zaman penjajahan Belanda. Melalui penggunaan tanam paksa, Belanda menghasilkan banyak kopi. Sekitar tahun 1646, seorang Belanda yang membawa biji arabika mocca dari Arab memperkenalkan kopi ke Indonesia untuk pertama kalinya.

Belanda mulai mendirikan perkebunan kopi pertama di daerah Priangan Jawa Barat. Selanjutnya, pengembangan kopi mulai dilakukan juga hampir di seluruh Pulau Jawa dan wilayah lainnya, seperti Sumatera, Bali, Sulawesi, dan Kepulauan Timor. Seiring dengan perkembangan itu, masyarakat Indonesia menjadi gemar minum kopi.

Industri kopi di Indonesia masa lampau mengalami pasang surut. Setelah kejayaan tanam paksa, kejatuhan industri kopi dimulai ketika serangan penyakit karat daun yang melanda pada tahun 1878. Jawa Barat merupakan wilayah terparah akibat serangan hama penyakit tersebut. Wabah ini membunuh nyaris semua tanaman kopi arabika yang tumbuh di dataran rendah.

Dari Setjen Kementerian Pertanian (Kementan), sedikit yang tersisa dari kejayaan perkebunan kopi Indonesia, adalah kopi arabika

¹⁰⁶ Muh Zumar Aminuddin, "Sertifikasi Produk Halal: Studi Perbandingan Indonesia dan Thailand", *Jurnal Shahih LP2M IAIN Surakarta*: 30

yang masih tersisa di wilayah Jawa Barat, antara lain di perkebunan Gunung Malabar-Pangalengan Kabupaten Bandung. Secara geografis wilayah tersebut memiliki ketinggian 1.400–1.800 meter di atas permukaan laut (m dpl), suhu udara 15-21oC, serta curah hujan 2.000 mm/tahun. Kondisi tersebut merupakan lahan dan iklim yang sangat cocok untuk produktivitas Kopi Arabika.¹⁰⁷

Pemerintah Hindia Belanda dengan cepat mengimpor kopi Robusta pada tahun 1900 setelah terjadi serangan karat daun. Meskipun diyakini lebih tahan penyakit dan membutuhkan perawatan yang lebih sedikit daripada kopi Arabika, varietas kopi ini menghasilkan lebih banyak kopi.

Kopi robusta dapat ditumbuhkan dengan ketinggian hanya 800 meter di atas permukaan laut. Hal inilah yang menyebabkan kopi robusta lebih cepat berkembang hingga mencapai lebih dari 80% dari luas areal pertanaman kopi di Indonesia.

N. Jenis-jenis Kopi Populer di Indonesia

Linnaeus menerbitkan deskripsi pertama tentang spesies kopi Arabika (*Coffea arabica*) pada tahun 1753. Saat ini ada lebih dari 120 spesies kopi yang berbeda, tetapi hanya satu di antaranya, yang disebut kopi Robusta, yang dibudidayakan dalam jumlah yang hampir sama di seluruh dunia seperti Arabika. kopi.¹⁰⁸

Hanya tanaman kopi varietas Arabica dan Robusta yang umumnya dikenal umat manusia. mengklaim bahwa kopi Arabika, yang menyumbang 66 persen dari output kopi global. Kopi robusta digunakan untuk memproduksi kopi untuk seluruh dunia.¹⁰⁹

Tergantung di mana dibudidayakan, kopi Arabika seringkali memiliki berbagai rasa, termasuk rasa buah, pedas, dan karakteristik lainnya. Biji kopi jenis ini digunakan untuk membuat sebagian besar kopi komersial. Karena konsentrasi kafeinnya yang rendah (1,2%)

¹⁰⁷ Kementerian Perindustrian, 'Sejarah Awal Mula Budaya Ngopi Di Indonesia', *Gudnyus.Id*, 2019 <<https://www.gudnyus.id/2019/05/sejarah-awal-mula-budaya-ngopi-di-indonesia.html>> [accessed 26 July 2022].

¹⁰⁸ Sudarto, *Peluang Usaha IKM Kopi* (16/06/2022, 2017).

⁷² Sudarto, *Peluang Usaha IKM Kopi* (16/06/2022, 2017).

dan aroma yang khas, kopi Arabika juga terkenal menawarkan rasa kopi yang lembut dan tidak mengganggu pola tidur.¹¹⁰

Berasal dari Ethiopia, kopi Arabika saat ini ditanam di seluruh dunia, termasuk Amerika Latin, Afrika Tengah, Afrika Timur, India, dan Indonesia. Meskipun diproduksi di seluruh dunia, Brasil masih memasok hingga 80% kopi Arabika yang dikonsumsi di seluruh dunia. Sehingga Brazil diakui sebagai produsen kopi dan kopi Arabika terbesar di dunia.

Gambar 2.1 Tanaman Kopi Arabika di Gunung Malabar Jawa Barat



Kopi robusta yang pertama kali ditemukan di Kongo pada tahun 1898, merupakan jenis kopi berikut ini. Kopi robusta memiliki rasa yang lebih astringen, pahit dan jumlah kafein yang lebih banyak, yang dapat menyebabkan palpitasi jantung yang berlebihan dan sulit tidur. Dibandingkan dengan Arabika yang harus ditanam pada ketinggian tertentu, cakupan wilayah penghasil kopi Robusta lebih luas. Vietnam merupakan produsen kopi robusta terbesar di dunia dan produsen kopi teratas di kawasan ASEAN, melampaui Indonesia yang berada di urutan ketiga.

Berdasarkan indikator geografis, Indonesia sebagai negara tropis memiliki kemampuan untuk menghasilkan kopi dengan

⁷³ Sudarto, *Peluang Usaha IKM Kopi* (16/06/2022, 2017).

keragaman rasa dan aroma yang khas. Sertifikasi yang dilindungi secara hukum yang dikenal sebagai indikator geografis digunakan pada beberapa item untuk mengidentifikasi mereka sebagai berasal dari wilayah atau lokasi geografis tertentu. Kopi yang dihasilkan memiliki berbagai sifat dan keistimewaan karena kondisi lingkungan geografis. Lingkungan fisik dapat berupa alam atau buatan manusia, atau keduanya. Pihak-pihak terkait akan mendapatkan keuntungan dari pendaftaran produk berindikasi daerah karena akan meningkatkan nilai dan daya saingnya.

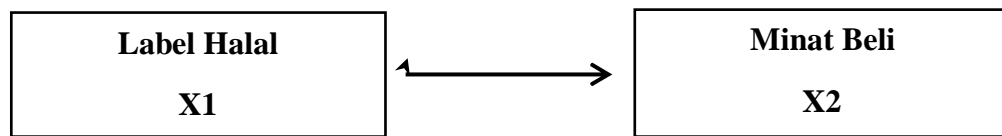
Pertumbuhan kopi di beberapa daerah di Indonesia menjanjikan. Saat ini sudah ada 17 kopi asal Indonesia yang telah ditetapkan sebagai Indikasi Geografis (IG), antara lain:¹¹¹

1. Kopi Arabika Gayo
2. Kopi Arabika Sumatera Simalungun
3. Kopi Robusta Lampung
4. Kopi Arabika Java Preanger
5. Kopi Arabika Java Sindoro-Sumbing
6. Kopi Arabika Ijen Raung
6. Kopi Arabika Kintamani
7. Kopi Arabika Enrekang Kalosi
8. Kopi Robusta Empat Lawang
9. Kopi Robusta Pinogu Gorontalo
10. Kopi Arabika Mandailing
11. Kopi Arabika Toraja
12. Kopi Arabika Flores Bajawa
13. Kopi Liberika Tungkal Jambi
14. Kopi Robusta Semendo
15. Kopi Liberika Rangsang Meranti
16. Kopi Arabika Sumatera Koerintji

⁷⁴ Sudarto, *Peluang Usaha IKM Kopi* (16/06/2022, 2017).

O. Kerangka Penelitian dan Hipotesis

Gambar 2.2



Terdapat pengaruh signifikan antara variabel pencantuman label halal terhadap minat beli luwak. Beberapa ahli yang menyimpulkan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli, Label halal yang tercantum pada kemasan produk, secara memberikan pengaruh bagi konsumen. Menyatakan bahwa labelisasi halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Sedangkan ahli lain menyatakan bahwa pencantuman label halal sebagai peringatan mempunyai pengaruh signifikan pada minat beli konsumen. Ahli lain juga membuktikan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (Nugraha, Mawardi, dan Bafadhal). Berdasarkan hasil-hasil penelitian diatas maka rumusan hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis :

Ho : tidak terdapat pengaruh label halal terhadap minat beli kopi mojago.

Ha : terdapat pengaruh label halal terhadap minat beli kopi mojago

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Sifat Dan Jenis Penelitian

1. Sifat Peneliti

Sifat penelitian ini bersifat kuantitatif yaitu mengukur tingkat pengaruh variabel Independen dan dependen. Penelitian ini dilakukan pada salah satu pabrik Kopi Mojago Desa Bilalang Satu Kecamatan Kotamobagu Utara, dengan melakukan penelitian terhadap bagaimana pengaruh label halal terhadap minat beli kopi mojago.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif metode survei data dikumpulkan dari tempat yang alamiah (bukan buatan) tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data dengan mengedarkan kuesioner untuk mencari pengaruh label halal terhadap minat beli dalam penjualan kopi mojago.

B. Pendekatan Penelitian

Untuk menjawab rumusan masalah yang sifatnya sementara (ber hipotesis) maka peneliti membaca referensi teoritis yang relevan dengan masalah melalui penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian. Tapi belum ada bukti secara empiris (faktual) maka jawaban disebut hipotesis.

C. Data Yang Dikumpulkan

Pengumpulan data saat ini menggunakan kuesioner yang ditanyakan langsung ke responden saat berkunjung, setiap indikator dan pertanyaan dalam kuesioner didapatkan dari modifikasi penelitian sebelumnya, selanjutnya data yang terkumpul melalui kuesioner tersebut akan dianalisis dengan menggunakan dasar pendekatan analisis regresi linear sederhana yang diolah menggunakan program *IBM SPSS Statistic 25*

D. Sumber Data

Sumber data terdiri dari hasil wawancara kepada responden yang melakukan pembelian kopi mojago di desa Bilalang satu serta memenuhi kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini agar mendapat data yang akurat maka peneliti menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Angket

Angket adalah komunikasi atau wawancara verbal yang dilakukan dalam penelitian ini dimana kuesioner tersebut berisi tentang pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan penelitian ini.

Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan data-data secara akurat dan efektif terhadap pengaruh minat beli konsumen dalam penjualan kopi mojago desa bilalang satu kecamatan kotamobagu utara.

2. Observasi/Pengamatan

Penelitian ini menggunakan teknik observasi untuk menentukan sampel dimana responden yang akan menjadi sampel adalah responden yang membeli kopi mojago di pabrik kopi mojago sehingga dengan dilakukannya observasi maka dapat meningkatkan keefektifan dalam pemilihan sampel

3. Dokumentasi

Untuk menunjang pengumpulan data dokumentasi dari setiap pengambilan sampel dilakukan agar menunjang data yang didapatkan, dokumentasi yang akan dilakukan baik berupa foto responden ataupun dokumentasi data yang didapatkan dari responden/sampel

F. Teknik Pengelolaan Data

Dalam pemilihan sampel ini menggunakan teknik penarikan sampel menggunakan metode Purposive Sampling. merupakan teknik Non Probability Sampling yaitu memilih orang-orang yang terseleksi oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel itu.

G. Teknik Analisa Data

data yang terkumpul melalui kuesioner tersebut akan di analisis dengan menggunakan dasar pendekatan analisis Regresi Linear Sederhana yang diolah menggunakan program SPSS dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05, jika nilai signifikansi $<0,05$, artinya variabel X berpengaruh oleh variabel Y dan jika nilai signifikansi $>0,05$, artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

H. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah kecamatan kotamobagu utara desa bilalang satu Kafe Kopi Mojago, waktu dalam penelitian ini selama 3 bulan mulai dari bulan Februari s/d April 2022.

I. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n - 2$, n adalah jumlah sampel. Pada penampilan output SPSS 16.0 pada Cronbach Alpha di kolom Correlated Item-Total Correlation, jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.¹¹²

Pengukuran uji validitas dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n - 2$, dimana adalah jumlah sampel responden. Kriteria instrumen dikatakan valid apabila nilai korelasi (Pearson Correlation) adalah positif dan nilai probabilitas korelasi {sig. (2-tailed)} \leq derajat signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Jumlah responden dalam uji validitas penelitian ini adalah sebanyak 30 responden besarnya nilai df adalah 28 dengan taraf signifikan 5%. Jadi diperoleh nilai r tabel Product Moment sebesar 0,361. Berdasarkan hasil uji coba angket kepada 30 responden diperoleh hasil uji validitas yang tertera pada tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3.1 VARIABEL X

		Y01	Y02	Y03	Y04	Total
Y01	Pearson Correlation	1	.000	.059	.000	.384
	Sig. (2-tailed)		1.000	.755	1.000	.036

¹¹² (Ghozali, 2006: 45).

	N	30	30	30	30	30
Y02	Pearson Correlation	.000	1	.364 [*]	1.000 ^{**}	.867 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	1.000		.048	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y03	Pearson Correlation	.059	.364 [*]	1	.364 [*]	.633 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.755	.048		.048	.000
	N	30	30	30	30	30
Y04	Pearson Correlation	.000	1.000 ^{**}	.364 [*]	1	.867 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	1.000	.000	.048		.000
	N	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.384 [*]	.867 ^{**}	.633 ^{**}	.867 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.036	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun2022

Berdasarkan tabel 3.1 didapatkan hasil uji signifikansi dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Untuk taraf signifikan 5% maka r tabel 0,361, dimana jika hasil person corelition r hitung lebih besar dari r tabel maka butir pertanyaan dinyatakan valid. Dari hasil uji di atas maka didapatkan setiap item mendapatkan hasil r hitung lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item valid.

Tabel 3.2 VARIABEL Y

Correlations

		Y01	Y02	Y03	Y04	Total
Y01	Pearson Correlation	1	.085	1.000 ^{**}	.085	.731 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.656	.000	.656	.000

	N	30	30	30	30	30
Y02	Pearson Correlation	.085	1	.085	1.000**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.656		.656	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y03	Pearson Correlation	1.000**	.085	1	.085	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.656		.656	.000
	N	30	30	30	30	30
Y04	Pearson Correlation	.085	1.000**	.085	1	.742**
	Sig. (2-tailed)	.656	.000	.656		.000
	N	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.731**	.742**	.731**	.742**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

Berdasarkan tabel 3.2 didapatkan hasil uji signifikansi dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Untuk taraf signifikan 5% maka r tabel 0,361, dimana jika hasil person corelition r hitung lebih besar dari r tabel maka butir pertanyaan dinyatakan valid. Dari hasil uji di atas maka didapatkan setiap item mendapatkan hasil r hitung lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item valid.

J. Uji Reliabilitas

Berpendapat bahwa uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. Repeated Measure atau pengukuran ulang responden akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
2. One Shot atau pengukuran hasil sekali saja pengukuran dilakukan sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS for Windows Release 16.00 memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan hasil uji statistik Cronbach Alfa. Untuk memudahkan penghitungan IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022 memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alfa (a). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alfa > 0,60. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini diolah menggunakan program SPSS for Windows sebagai berikut :

Tabel 3.3 Uji Reabilitas VARIABEL X

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.719	.719	4

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

Berdasarkan tabel 3.3 didapatkan hasil cronbach's Alpha sebesar 0.719 dimana hasil ini lebih besar dari r tabel dengan standar r tabelnya yaitu 0.60. maka dapat disimpulkan variabel X dalam pengujian ini dikatakan reabilitas.

Tabel 3.4 Uji Reabilitas VARIABEL Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.634	.629	4

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

Berdasarkan tabel 3.4 didapatkan hasil Cronbach's Alpha sebesar 0.634 dimana hasil ini lebih besar dari r tabel dengan standar r tabelnya yaitu 0.60. maka dapat disimpulkan variabel X dalam pengujian ini dikatakan reabilitas.

K. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pertanyaan asumsi tentang pengaruh antara dua variabel yang diharapkan bisa menjawab suatu pertanyaan dalam penelitian.

Uji Parsial (Uji t) Uji parsial dengan uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel bebasnya. Adapun hipotesis yang dapat diajukan untuk uji t adalah sebagai berikut:

Ho : artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas X terhadap variabel terikat Y.

Ha : artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas X terhadap variabel terikat Y.

Kriteria Pengujian dengan SPSS:

Apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka Ho diterima dan Ha ditolak. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Visi Misi Kopi Mojago

a. Visi

Menjadi produsen kopi organik dengan kualitas terbaik, terdepan, dan pilihan masyarakat Indonesia maupun negara.

b. Misi

- Mempertahankan cita rasa kopi yang sudah melegenda secara turun temurun
- Memberikan pelayanan kepada konsumen secara maksimal
- Mengembangkan produk lokal sehingga dikenal sampai ke internasional
- Pemberdayaan petani kopi.¹¹³

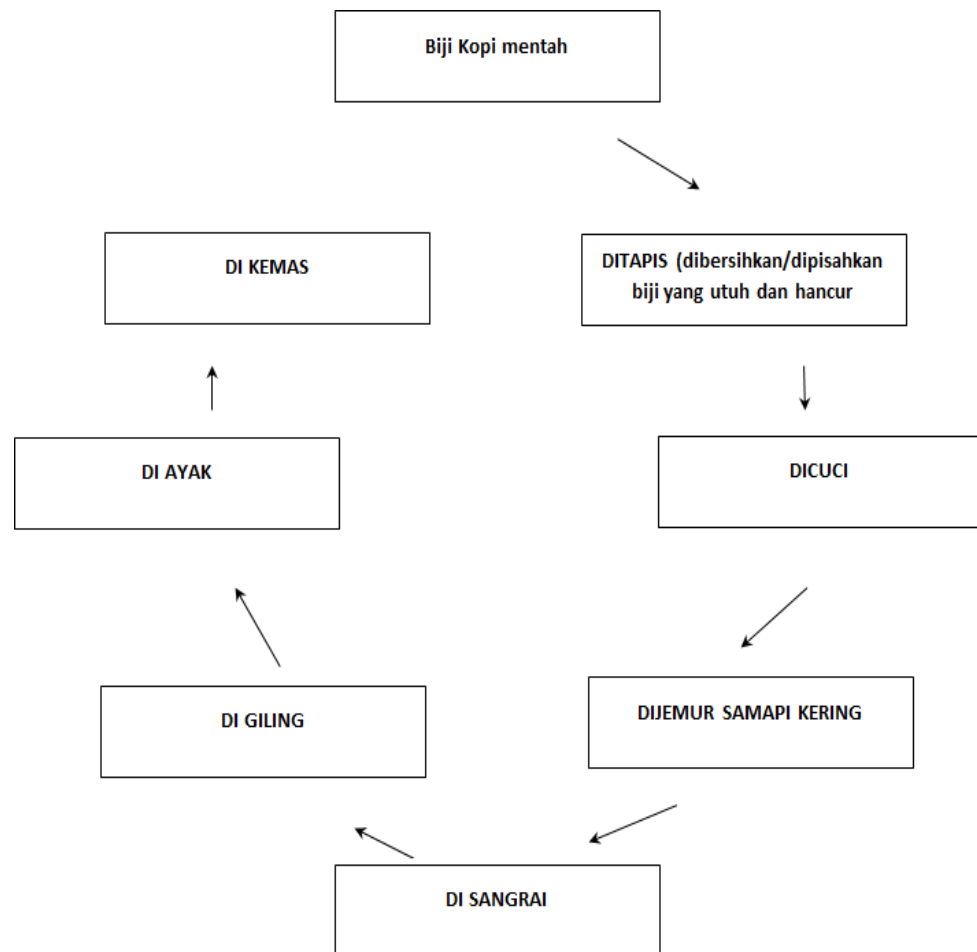
2. Alur Produksi

Kopi didapatkan dalam keadaan mentah kemudian dilakukan dan filter pada kopi baik yang masih utuh dan yang tidak utuh/hancur setelah difisahkan kemudian kopi akan dibersihkan dengan air sampai bersih tidak ada kotoran, lalu kopi akan dijemur sampai kering sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan, setelah kering kopi akan di sangrai atau dipanaskan menggunakan alat yang sudah di set secara otomatis akan berhenti jika kopi sudah kering atau masak sesuai standar, lalu kopi akan dikeluarkan kemudian dimasukan ke alat pendingin dengan cara

¹¹³ Sumy Susanti Mokoagow, Pabrik Kopi Mojago, 2022

digulingkan sampai dingin. Setelah itu kopi akan digiling sampai halus lalu disaring lagi sebelum dilakukan proses pengemasan.¹¹⁴

Gambar 4.1



Sumber : Pabrik Kopi Mojago, Tahun 2022

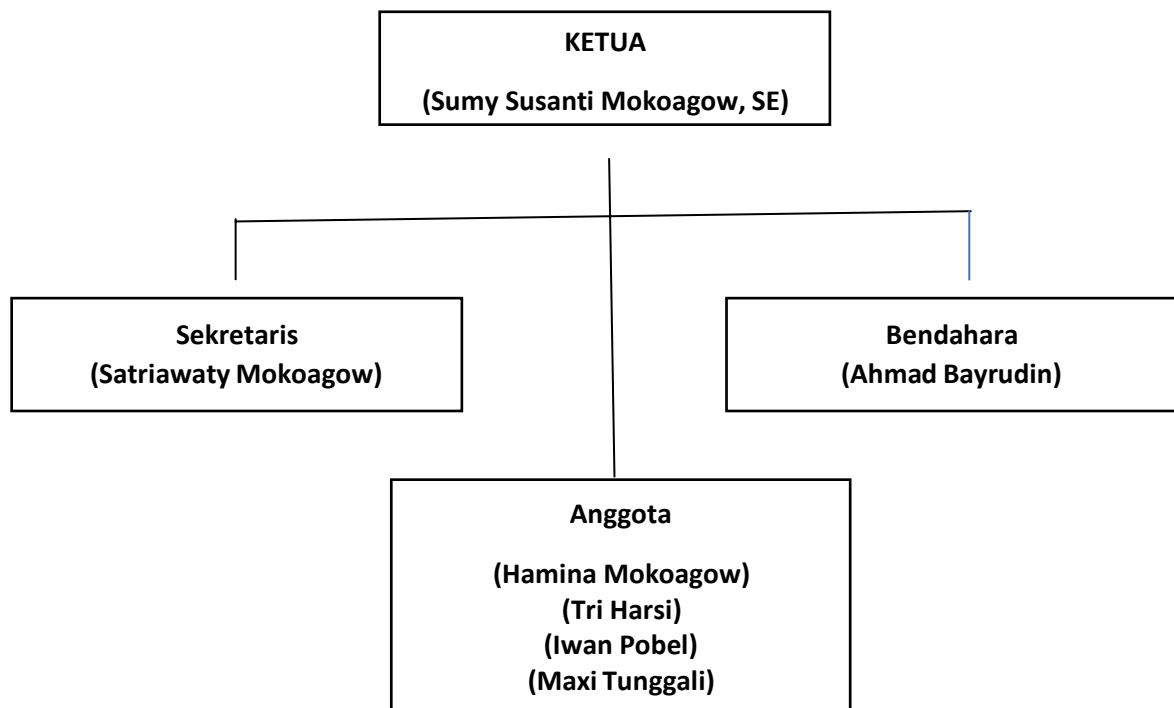
3. Struktur Pabrik Kopi Mojago

Dalam proses pembuatan kopi mojago itu dikelola oleh beberapa orang yang diketuai oleh ibu Sumy Susanti Mokoagow, SE dan dibantu oleh ibu satriawaty Mokoagow sebagai sekretaris dalam mengelola urusan

¹¹⁴ Sumy Susanti Mokoagow, Pabrik Kopi Mojago, 2022.

administrasi pabrik, sedangkan dalam membenartu untuk mengelola keuangan pabrik ketua dibantu oleh bapak Ahmad Bairudin sebagai bendahara, dan pengelola pengelola pabrik atau kariawanya ketua dibantu oleh 4 orang karyawan mempunyai tugas dan fungsi yang berbeda.

Gambar 4.2



A. Karakteristik Responden berdasarkan Umur

Tabel 4.1

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16-20 Tahun	16	29.1	29.1	29.1
	21-25 Tahun	17	30.9	30.9	60.0

26-30 Tahun	16	29.1	29.1	89.1
31-55 Tahun	6	10.9	10.9	100.0
Total	55	100.0	100.0	

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

tabel 4.1 berdasarkan responden frekuensi umur, yaitu 21-25 tahun sebanyak 17 orang atau jika dipresentasikan sebanyak 30,9%, sedangkan umur 16-20 tahun sebanyak 16 orang atau 29,1% dan 26-30 tahun sebanyak 16 orang juga 29,1% dan yang terakhir yaitu umur 31-35 tahun sebanyak 6 orang atau 10,9% hal ini menunjukkan bahwa peminat kopi berdasarkan umur paling banyak berkunjung yaitu umur 21-25 tahun.

B. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2.

Jenis Kelamin

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	26	47.3	47.3	47.3
	Laki-laki	29	52.7	52.7	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

Tabel 4.2 Berdasarkan hasil rekapitan menggunakan SPSS didapatkan bahwa yang sering berkunjung ke kafe kopi mojago yaitu jenis kelamin laki-laki lebih banyak dari perempuan dengan jumlah frekuensi laki-laki 29 orang atau 52,7%, sedangkan perempuan sebanyak 26 orang atau 47,3%.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Validasi

Tabel 4.3. Uji Validasi Variabel

Variabel	Item	r hitung	r tabel	ket
Label Halal	X1	0,624	0,2201	Valid
	X2	0,415	0,2201	Valid
	X3	0,669	0,2201	Valid
	X4	0,362	0,2201	Valid
Minat Beli	Y1	0,586	0,2201	Valid
	Y2	0,599	0,2201	Valid
	Y3	0,534	0,2201	Valid
	Y4	0,601	0,2201	Valid

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

Tabel 4.3 Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisa dengan SPSS. Untuk tingkat validasi dilakukan dengan uji signifikansi dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Untuk taraf signifikan 5% maka r tabel 0.2201. jika hasil r hitung lebih besar dari r tabel maka butir pertanyaan dinyatakan valid. Dari hasil uji di atas maka didapatkan setiap item mendapatkan

hasil r hitung lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item valid.

2. Analisis Deskriptif Variabel X (Label halal)

Tabel 4.4. Rekapitulasi jawaban Responden Tentang Label Halal

Label Halal. Pernyataan 1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	21	38.2	38.2	38.2
	Sangat Setuju	34	61.8	61.8	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

Dari tabel 4.4 bagian Pernyataan 1 output tersebut diketahui bahwa tabel label halal.1 atau pernyataan pertama pada kuesioner Label Halal menjelaskan bahwa yang menjawab setuju sebanyak 21 orang atau 38,2% sedangkan frekuensi paling tinggi yaitu responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 34 orang atau 61,8%.

Label Halal. pernyataan 2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sutuju	32	58.2	58.2	58.2
	Sangat Setuju	23	41.8	41.8	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

Dari Dari tabel 4.4 bagian Pernyataan 2 output tersebut diketahui bahwa tabel pernyataan ke 2 pada kuesioner label halal yaitu frekuensi paling tinggi yaitu yang menjawab setuju sebanyak 32 orang atau 58,2% dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang atau 41,8%.

Label Halal. pernyataan 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	22	40.0	40.0	40.0
	Sangat Setuju	33	60.0	60.0	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

Dari tabel 4.4 bagian Pernyataan 3 output pertanyaan ke 3 dari kuesioner label halal didapatkan hasil frekuensi paling tinggi responden menjawab sangat setuju sebanyak 33 orang atau 60% dan yang menjawab setuju sebanyak 22 orang dengan hasil persentase 40%.

Label Halal. Pernyataan 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	29	52.7	52.7	52.7
	Sangat Setuju	26	47.3	47.3	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

Dari tabel 4.4 bagian Pernyataan 4 pada kuesioner label halal didapatkan hasil frekuensi paling tinggi yang menjawab setuju sebanyak 29 atau 52,7% orang dan menjawab sangat setuju sebanyak 26 orang atau jika dipresentasikan 47,3%

Tabel 4.5. Rata-Rata Penilaian Responden pada kuesioner Label Halal

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Label Halal.1	55	4.00	5.00	4.6182	.49031
Label Halal.2	55	4.00	5.00	4.4182	.49781
Label Halal.3	55	4.00	5.00	4.6000	.49441
Label Halal.4	55	4.00	5.00	4.4727	.50386
Valid N (listwise)	55				

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.5 hasil output dari setiap pernyataan pada kuesioner label halal didapatkan nilai Mean pada pernyataan pertama sebesar 4,6182 kemudian disusul oleh pernyataan ke 2 sebesar 4,4182 sedangkan pertanyaan ke 3 sebesar 4,6000 dan pernyataan terakhir yaitu sebesar 4,4727. Sehingga dilihat dari keempat hasil

tersebut memiliki nilai mean $>4,21$ atau masuk ke kategori sangat tinggi atau sangat baik dan dapat disimpulkan bahwa label halal sangat berpengaruh terhadap penjualan kopi.

3. Analisis Deskriptif Variabel Y (Minat Beli)

Tabel 4.6. Rekapitulasi jawaban Responden Tentang Minat Beli

Minat Beli.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	25	45.5	45.5	45.5
	Sangat Setuju	30	54.5	54.5	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

Dari tabel 4.6 bagian pernyataan 1 output tersebut diketahui bahwa tabel label halal.1 atau pernyataan pertama pada kuesioner Minat Beli menjelaskan bahwa yang menjawab setuju sebanyak 25 orang atau 45,5% sedangkan frekuensi paling tinggi yaitu responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 30 orang atau 54,5%.

Minat Beli. Pernyataan 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	27	49.1	49.1	49.1
	Sangat Tetuju	28	50.9	50.9	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

Dari tabel 4.6 bagian pernyataan 2 output tersebut diketahui bahwa tabel pernyataan ke 2 pada kuesioner minat beli yaitu frekuensi paling tinggi yaitu menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang atau 50,9% dan yang menjawab setuju sebanyak 27 orang atau 49,1%.

Minat Beli. Pernyataan 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	24	43.6	43.6	43.6
	Sangat Setuju	31	56.4	56.4	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

Pada tabel 4.6 bagian pernyataan 3 output pernyataan ke 3 dari kuesioner minat beli didapatkan hasil frekuensi paling tinggi responden menjawab sangat setuju sebanyak 31 orang atau 56,4% dan yang menjawab setuju sebanyak 24 orang dengan hasil persentase 43,6%.

Minat Beli. Pernyataan 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	30	54.5	54.5	54.5
	Sangat Setuju	25	45.5	45.5	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

Pada tabel 4.6 bagian pernyataan 4 output terakhir pada kuesioner minat beli didapatkan hasil frekuensi paling tinggi yang menjawab setuju sebanyak 30 atau 54,5% orang dan menjawab sangat setuju sebanyak 25 orang atau jika dipresentasikan 45,5%.

Tabel 4.7. Rata-Rata Penilaian Responden pada kuesioner Minat Beli

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Minat Beli.1	55	4.00	5.00	4.5455	.50252
Minat Beli.2	55	4.00	5.00	4.5091	.50452
Minat Beli.3	55	4.00	5.00	4.5636	.50050
Minat Beli.4	55	4.00	5.00	4.4545	.50252
Valid N (listwise)	55				

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.7 hasil Output dari setiap pertanyaan pada kuesioner minat beli didapatkan nilai mean pada pertanyaan pertama sebesar 4,5455 kemudian disusul oleh pertanyaan ke 2 sebesar 4,5091 sedangkan pertanyaan ke 3 sebesar 4,5636 dan pertanyaan terakhir yaitu sebesar 4,4545. Sehingga dilihat dari keempat hasil tersebut memiliki nilai mean >4,21 atau masuk ke kategori sangat tinggi atau sangat baik dan dapat disimpulkan bahwa minat beli sangat berpengaruh terhadap penjualan kopi.

4. Uji Hipotesis Menggunakan Pendekatan Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.8. Uji F Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.838	1	42.838	78.639	.000 ^b
	Residual	28.871	53	.545		
	Total	71.709	54			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Label Halal

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

Dari tabel 4.8 hasil tersebut diketahui bahwa nilai F hitung = 78.639 dengan tingkat signifikan sebesar $0.000 < 0.05$, maka model; regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel label halal atau dengan kata lain ada pengaruh variabel label halal terhadap variabel minat beli. Maka dapat disimpulkan bahwa (H_a) pada hipotesis diterima.

Tabel 4.9 Uji T Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli Menggunakan

		Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.421	1.768		1.370	.177
	Label Halal	.864	.097	.773	8.868	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

Data tabel 4.9 diketahui nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 atau jika di lihat dari t hitung maka nilai yang didapat sebesar 8,868 yang dimana hasil tersebut lebih besar dari t tabel yaitu 200575, sehingga dapat disimpulkan berdasarkan uji T terdapat pengaruh signifikan fariabel X (label halal) terhadap Fariabel Y (Minat Beli) atau Ha diterima dan Ho ditolak.

Table 4.10. Uji R Besaran Nilai Pengaruh Variabel X ke Variabel Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.773 ^a	.597	.590	.73807

a. Predictors: (Constant), Label Halal

Sumber : IBM SPSS Statistic 25.Tahun 2022

Dari tabel 4.10 menjelaskan bahwa besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0.773 dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.597, yang artinya pengaruh variabel bebas (Label Halal) terhadap variabel terikat (Minat Beli) sebesar 59.7%.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Label bagaikan sebuah arah untuk konsumen dalam memperoleh informasi dari suatu produk, maka dari itu penjual harus mengupayakan prioritas-prioritas informasi yang akan diberikan pada kemasan khususnya label, harapannya agar konsumen mampu melihat atau menilai apakah produk sesuai yang dijual sesuai dengan keinginan dan aman untuk dikonsumsi serta tidak melanggar norma maupun ajaran kepercayaan (agama). Seperti pada wilayah yang mayoritas muslim maka mereka membutuhkan informasi tentang halal atau tidaknya suatu produk yang ingin dikonsumsi.¹¹⁵

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif terhadap pembelian kopi mojago di desa bilalang satu, hal ini sesuai dengan hasil pada tabel 4. Didapatkan nilai mean dari setiap pertanyaan lebih dari 4.21 yang artinya setiap pertanyaan memiliki kriteria sangat tinggi/sangat baik dari 5 kriteria penilaian. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Dewi (2019) menunjukkan bahwa persepsi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen. Selaras dengan penelitian Vega (2017) menuturkan bahwa labelisasi halal pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen. Menurut Sukesti dan Mamdukh, (2014) labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud bersertifikat sebagai produk halal. Hal ini sesuai dengan Mutiah dan Afifuddin (2012) menjelaskan bahwa label halal secara langsung akan memberikan pengaruh bagi preferensi konsumen khususnya masyarakat muslim untuk menggunakan produk tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan Ahmad & Omar (2016) mengatakan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi sikap konsumen dalam pemilihan produk adalah meliputi label halal, keagamaan, dan pencantuman halal pada produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator yang memiliki loading factor paling tinggi yaitu produk kosmetik selalu terdapat kombinasi gambar dan tulisan label halal yang jelas. Hal ini dapat diartikan bahwa label halal pada suatu produk akan

⁹⁶ Busrah, 'Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Fkip Unasman'.

lebih disukai oleh konsumen jika terdapat kombinasi gambar dan tulisan halal yang jelas.¹¹⁶

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa minat beli berpengaruh positif terhadap pembelian kopi mojago di desa bilalang satu, hal ini sesuai dengan hasil pada tabel 6. Didapatkan nilai mean dari setiap pertanyaan lebih dari 4.21 yang artinya setiap pertanyaan memiliki kriteria sangat tinggi/sangat baik dari 5 kriteria penilaian. Hasil penilaian ini sesuai dengan penilaian Anojan dan Subaskaran (2015) bahwa terdapat pengaruh signifikan preferensi konsumen terhadap minat beli. Hal ini sesuai dengan Jung Lee, Jae-Nam Lee (2016) dan Pebriani (2016) menyatakan bahwa persepsi dan preferensi konsumen dapat mempengaruhi minat beli suatu produk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli kopi mojago dengan hasil yang didapatkan dari SPSS menggunakan pendekatan Regresi Linear Sederhana dengan uji F Nilai F Hitung = 78.639 dengan tingkat signifikan sebesar $0.000 < 0.05$. serta uji T didapatkan hasil tingkat signifikan sebesar 0,000 dan T hitungnya didapatkan nilai 8,868 dimana hasil tersebut lebih besar dari t tabel 2,66822 dan uji R korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0.773 dari hasil tersebut didapatkan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.597 atau jika dipresentasikan besarnya pengaruh variabel x ke variabel Y yaitu 59.7%. hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian cahyati (2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pencantuman label halal terhadap minat beli. Yuli mutiah Rambe dan Syaad Afifuddin (2012) menjelaskan bahwa dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk, secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen khususnya masyarakat muslim untuk mengkonsumsi produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan halal yang melekat pada produk kosmetik halal meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk tersebut melalui rasa suka. Umat Islam yang religius mempertimbangkan Islam sebagai pedoman hidup mereka dan mereka membeli suatu barang dengan label halal cukup tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian Alam (2011) bahwa halalnya suatu produk yang

⁹⁷ Busrah, 'Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Fkip Unasman'.

dimediasi dengan tingginya preferensi konsumen dapat meningkatkan minat masyarakat untuk membeli suatu produk.¹¹⁷

¹¹⁷ Aprilia Pertiwi1, Yulihar Mukhtar1, Linda Wati, —Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Solaria Cabang Plaza Andalas Padangl, h. 1-11.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

Labelisasi halal berpengaruh positif terhadap pembelian kopi mojago di desa bilalang satu, hal ini sesuai dengan hasil pada tabel 4. Didapatkan nilai mean dari setiap pertanyaan lebih dari 4.21 yang artinya setiap pertanyaan memiliki kriteria sangat tinggi/sangat baik dari 5 kriteria penilaian. Angka jawaban responden dimulai dari angka 1 sampai 5 sehingga kategori menjawab menggunakan ketentuan rentang (r) = 5,00-1,00 skor rata-rata tertinggi dikurangi skor rata-rata terendah = 4, dengan rumus (k) = 5 dan didapatkan panjang kelas (interval Kelas) = (p) = $r/k = 4/5=0,8$. Maka rentan tersebut akan digunakan sebagai dasar untuk menentukan kategorisasi rata-rata penilaian responden terhadap variabel tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa minat beli berpengaruh positif terhadap pembelian kopi mojago di desa bilalang satu, hal ini sesuai dengan hasil pada tabel 6. Didapatkan nilai mean dari setiap pertanyaan lebih dari 4.21 yang artinya setiap pertanyaan memiliki kriteria sangat tinggi/sangat baik dari 5 kriteria penilaian. Angka jawaban responden dimulai dari angka 1 sampai 5 sehingga kategori menjawab menggunakan ketentuan rentang (r) = 5,00-1,00 skor rata-rata tertinggi dikurangi skor rata-rata terendah = 4, dengan rumus (k) = 5 dan didapatkan panjang kelas (interval Kelas) = (p) = $r/k = 4/5=0,8$. Maka rentan tersebut akan digunakan sebagai dasar untuk menentukan kategorisasi rata-rata penilaian responden terhadap variabel tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli kopi mojago dengan hasil yang didapatkan dari SPSS menggunakan pendekatan Regresi Linear Sederhana Nilai F Hitung = 78.639 dengan tingkat signifikan sebesar $0.000 < 0.05$. dan korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0.773 dari hasil tersebut didapatkan

koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.597 atau jika dipresentasikan besarnya pengaruh variabel x ke variabel Y yaitu 59.7%. Dari hasil tersebut diketahui bahwa nilai F hitung = 78.639 dengan tingkat signifikan sebesar $0.000 < 0.05$, maka model; regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel label halal atau dengan kata lain ada pengaruh variabel label halal terhadap variabel minat beli. Hasil diatas menjelaskan bahwa besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0.773 dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.597, yang artinya pengaruh variabel bebas (Label Halal) terhadap variabel terikat (Minat Beli) sebesar 59.7%.

B. Saran

Dalam penelitian ini saran yang dapat diberikan adalah :

1. Pada variabel label halal pada kemasan kopi mojago sudah sangat jelas namun ada baiknya penjual lebih menonjolkan atau menempatkan label halal pada posisi yang mudah dilihat oleh konsumen.
2. Pada variabel minat beli saat ini minat pembeli untuk kopi mojago sangat tinggi namun tidak menutup kemungkinan untuk penjual agar kiranya mampu meningkatkan promosi produk dan melibatkan beberapa tokoh baik agama, adat, ataupun pemerintah agar produk mudah dikenal dan terjamin.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianingsih Putri, Hasnah, Cindy Paloma, Yusmarni –Perilaku Konsumen dalam Membeli Kopi di Masa Pandemi Covid-19 pada Coffee Shop Kota Padang|| Jurnal ISSN Tahun 2021.
- Aldy Pratama Simatupang, –Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen||, Tahun 2017.
- Amir Salim, dkk –Labelisasi Halal dan Strategi Pemasaran Kopi Robusta pada Masyarakat Desa Talang Jawa Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Empat Lawang Sum-Sell, Jurnal ISSN Vil.01, No.01 Tahun 2021.
- Anjang Sudrajat, –Analisi Pengaruh Pencantuman Merek, Kemasan, Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makanan Cepat Saji Waralaba Internasional Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasil Tahun 2018.
- Buku Kementrian Perindustrian –Peraturan dan Pelabelan Kemasan Pangan.||, Tahun 2017.
- Dewi Sartika –Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk YOU C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen|| Jurnal ISSN Tahun 2017.
- Dr.M.Anang Firmansyah, Buku dengan judul –Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)|| Tahun 2018.
- Eka Rahayuningsih dan M.Lathoif Ghozali –Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah||, Jurnal ISSN Tahun 2021.
- Elly Rasmikayati, Pandi Pardian,Hepi Hapsari, Risyad M, Ikhsan, Bobby Rachmat Saefudin –Kajian Sikap dan Perilaku Konsumen dalam Pembelian Kopi serta Pendapatnya terhadap Varian Produk dan Potensi Kedainya|| Tahun 2017.
- Hengki Mangiring Parulian Simarmata dkk –Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas||, Tahun 2021.
- Iskandar, –Peran PT.Bank Aceh Syariah dalam Meningkatkan Produktivitas Usaha Tani Kopi Di Kabupaten Gayo Lues (Studi Kasus Kecamatan Blangkejeren)||, tahun 2020.
- Jurnal Anggit Listyoningrum, –Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya, Vol.2 No.1 Tahun 2012
- Jurnal Siska Fibriliani Sahat, Nunung Nuryartono, Manuntun Parulian Hutagaol, –Analisi Pengembangan Ekxport Kopi Di Indonesia, Vol.1 No.1
- Jurnal Wendah Asyani, Fathurrahman Djamil, –Menguraikan Solusi Dalam Masalah Peningkatan Sharia Compliancel Tahun 2020, Vol.1

- Naning Retnowati, Alwan Abdurahman –Analisis Sikap Konsumen pada Produk Kopi (Studi Kasus pada Perusahaan PDP Kahyangan Jember), Jurnal ISSN Tahun 2017.
- Ni Putu Ratih Astarini Dewi dan I Gusti Agung Ketut Sri Ardani –Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Ulang Produk Fashion VIA Online di Kota Denpasar| Jurnal ISSN Tahun 2016.
- Novie Nostalgia Adiwinata, Ujang Sumarwan, Megawati Simanjuntak, –Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Kopi di Era Pandemi Covid-19| Jurnal ISSN Tahun 2021.
- Pramelani –Faktor Ketertarikan Minuman Kopi Kekinian Terhadap Minat Beli Konsumen Kalangan Mudal Jurnal ISSN Tahun 2020.
- Rikka Cahyati, Robin Jonathan, Rina Masitoh Hariyadi, –Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Minat Beli Luwak White Coffe Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda, Tahun 2016.
- Rudy Irwansyah dkk. Buku –*Perilaku Konsumen*” Tahun 2021.
- Sassa Ambarrini, –Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pendidik Makanan Kemasan Berlabel Halal Di Kota Banda Aceh|, Tahun 2020.
- Savitri Hendradewi, Amalia Mustika, Anis Darsiah –Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah di Jakarta| Jurnal ISSN Tahun 2021.
- Siti Muslimah –Label Halal pada produk pangan kemasan dalam perspektif perlindungan konsumen muslim|. Vol.1 No.2, Tahun 2012.
- Trisdayana Aryadhe, Alit Suryani, Ida Bagus Sudiksa, –Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli dan Keputusan Pembelian|Jurnal ISSN Tahun 2018.
- Winda Ayu Ardiyastuti, –Analisis Faktor Minat Beli Konsumen Perempuan Di Kedai Kopi Balakosa Food And Beverage|, Tahun 2021.
- Yasnita –Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Kosmetik Perawatan dan Kecantikan Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang, Tahun 2015.
- Yunita Ningtyas dkk –Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Pengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Bersertifikat Halal| Jurnal ISSN Tahun 2021.
- Nurfaisah.,—Fakto-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Untuk Berbelanja Di Pasar Tradisional Kelurahan Lappa Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai,|(2018).
- Winda Ayu Ardiyastuti.,—Analisis Faktir Minat Beli Konsumen Perempuan Di Kedai Kopi Balakosa Food And Beverage,|(2021).

Sassa Ambararrini., Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Makanan Kemasan berlabel Halal Di Kota Banda Aceh, Skripsi, (2020).