KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEHALALAN PRODUK KULINER UMKM DI KOTA MANADO PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI ISLAM

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagaian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana dalam
Program Studi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah pada
IAIN Manado

Oleh

ADINDA MUTIARA PRASAHLSARISYA PUTRI WONGSO
NIM. 20212016

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA Islam NEGERI (IAIN)
MANADO

1446 H/2025 M

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi berjudul "Kepercayaan Konsumen Terhadap Kehalalan Produk Kuliner UMKM di Kota Manado Perspektif Hukum Ekonomi Islam" yang ditulis oleh Adinda Mutiara Prasahlsarisya Putri Wongso ini telah diuji pada hari/tanggal Senin 19 Mei 2025.

Tim Penguji:

1. Prof. Dr. Nasruddin Yusuf, M.Ag. (Ketua/Pembimbing I) .....
2. Ridwan Jamal, S.Ag.,M.HI. (Sekretaris/Pembimbing II) .....
3. Prof. Dr. Drs. Yasin, MSi. (Penguji I) .....
4. Ramli Semmawi, S.Ag.,M.H.,M.Phil. (Penguji II) .....

Manado, 2025

Dekan,

Prof. Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum
NIP. 197803242006042003

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI……..…….……..II
PERSETUJUAN PEMBIMBING…....…...…….……III
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI……..…….……IV
TRANSLITERASI……..…….……...……..…VI
MOTO…….…….……...…IX
ABSTRAK…….…….X
ABSTRACT…….…….XI
KATA PENGANTAR……...…XII
DAFTAR ISI……..…….…XVI
BAB I PENDAHULUAN……..…….…….1
A. Latar Belakang Masalah……..1
B. Identifikasi Dan Batasan Masalah…….…..5
C. Rumusan Masalah…….6
D. Tujuan Penelitian…….……6
E. Kegunaan Penelitian…….……6
F. Definisi Operasional……..…..…..7
G. **Penelitian Terdahulu…….9**
BAB II KERANGKA TEORI……..……..……12
A. Kepercayaan Konsumen…….……12
B. Halal……..13
C. Produk…….…….16
D. Usaha Kuliner…….……..…18
E. UMKM……..19
F. **Hukum Ekonomi Islam……...…….……20**
BAB III METODE PENELITIAN…….25
A. Jenis Penelitian……25
B. Pendekatan Penelitian…….……....25
C. Lokasi Dan Waktu Penelitian……...…….25
D. Sumber Data……25
E. Teknik Pengumpulan Data…….…26

F. Teknik Pengelolahan Data…….…….27
G. **Teknik Analisis Data……..….29**
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN……...…30
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian…….30
B. Hasil Penelitian……...…….32
C. Pembahasan…….45
BAB V PENUTUP…….……57
A. Kesimpulan…….…….57
B. **Saran……..…58**
DAFTAR PUSTAKA……..……..60
LAMPIRAN…….…..…64
RIWAYAT HIDUP……..……..69

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Sehingga memiliki peluang besar dalam pemasaran berbagai jenis produk. Pengawasan terhadap produk yang beredar dilakukan secara ketat, khususnya terkait kandungan dan bahan yang digunakan. Sebagai umat muslim penting bagi kita untuk memastikan bahwa produk yang dikonsumsi memenuhi syariat dan aman untuk digunakan. [1]

Sebab, ketika membeli suatu produk masyarakat muslim cenderung memperhatikan dengan teliti merek, label, serta kemasan dari barang yang akan mereka beli. Dalam ajaran Islam, memilih produk dengan hati-hati sangat penting, terutama jika itu adalah produk halal agar produk tersebut membawa berkah spiritual. Semakin banyak perusahaan makanan, lebih banyak jenis produk makanan, lebih banyak restoran, impor makanan, dan lebih banyak usaha mikro kecil menengah yang berfokus pada usaha makanan adalah tanda perkembangan industri dibidang tersebut. Hal ini membuat masyarakat muslim menjadi lebih selektif dan berhati-hati dalam memilih produk makanan yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Kehalalan suatu produk merupakan hal yang mutlak bagi umat muslim dan tidak dapat ditawar. Oleh karena itu, topik mengenai produk halal menjadi sangat penting untuk dibahas, terutama di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam.[2]

Dalam ajaran agam Islam, makanan yang diperbolehkan untuk dikonsumsi disebut sebagai makanan halal. Secara umum, segala jenis hewan, tumbuhan, dan buah-buahan dianggap halal, kecuali jika terdapat dalil dalam Al-Qur'an atau Hadis yang secara tegas mengharamkannya. Suatu makanan bisa dinyatakan haram apabila mengandung mudarat atau membahayakan kesehatan serta

---

[1] Warto Warto dan Samsuri, "*Sertifikasi halal dan implikasinya bagi bisnis produk halal di Indonesia,*" Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking 2, no. 1 (2020): 98–112, http://jurnal.umt.ac.id/index.php/jieb/article/view/2803.

[2] M. Ahyar Isna, *"Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada C'Bezt Fried Chiken Cabang Sinjai)"*, (Skripsi, Sinjai, IAI Muhammadiyah Sinjai, 2022), 1-3.

keselamatan manusia. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Quran QS. Al-Baqarah ayat 168:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ كُلُوا۟ مِمَّا فِى ٱلْأَرْضِ حَلَٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا۟ خُطُوَٰتِ ٱلشَّيْطَٰنِ ۚ إِنَّهُۥ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Terjemahannya: "Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata" (Q.S: Al-Baqarah 168)[3]

Mengetahui bahwa suatu makanan yang dijamin kehalalannya dengan memastikan makanan yang dikonsumsi, baik itu perusahaan atau warung kecil, memiliki sertifikat halal resmi. Setelah proses sertifikasi kehalalan selesai, setiap produk yang memenuhi persyaratan yang diperlukan untuk dikonsumsi oleh semua pembeli, khususnya pembeli muslim, akan diberi sertifikat halal. LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia) merupakan lembaga berwenang di Indonesia yang menyelidiki produk pangan.

Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan konsumen menjadi bagian penting dari situasi menjual dan membeli dalam hal ekonomi dan situasi dari produk tersebut. Hal yang mendorong itu terjadi adalah dengan meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pelanggan. Usaha makanan harus memperhatikan kejelasan label produk saat bertransaksi di pasar yang mayoritas muslim.

عَنِ أَبِيْ عَبْدِ اللهِ النُّعْمَانِ بْنِ بَشِيْرٍ رَضِيَ اللهُ عَنْهُمَا قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: ((إِنَّ الْحَلاَلَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ، وَبَيْنَهُمَا أُمُوْرٌ مُشْتَبِهَاتٌ، لاَ يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنِ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ فَقَدِ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِرْضِهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ كَالرَّاعِي يَرْعَى حَوْلَ الْحِمَى يُوشِكُ أَنْ يَرْتَعَ فِيهِ، أَلاَ وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ حِمًى، أَلاَ وَإِنَّ حِمَى اللهِ مَحَارِمُهُ، أَلاَ وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ، وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ أَلاَ وَهِيَ الْقَلْبُ)). رواه البخاري ومسلم، وهذا لفظ مسلم.

Artinya: Dari Abu 'Abdillah Nu'man bin Basyir Radhiyallahu anhuma berkata: Aku mendengar Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "Sesungguhnya yang halal itu telah jelas dan yang haram pun telah jelas pula. Sedangkan di antaranya ada perkara syubhat (samar-samar) yang kebanyakan manusia tidak mengetahui (hukum)-Nya. Barangsiapa yang menghindari perkara syubhat (samar-samar), maka ia telah membersihkan agama dan kehormatannya.

[3] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahannya* (Jakarta Timur: PT. Maghfira Pustaka, 2006), 25.

Barangsiapa yang jatuh ke dalam perkara yang samar-samar, maka ia telah jatuh ke dalam perkara yang haram. Seperti penggembala yang berada di dekat pagar larangan (milik orang) dan dikhawatirkan ia akan masuk ke dalamnya. Ketahuilah, bahwa setiap raja memiliki larangan (undang-undang). Ingatlah bahwa larangan Allah adalah apa yang diharamkan-Nya. Ketahuilah, bahwa di dalam jasad manusia terdapat segumpal daging. Jika ia baik, maka baik pula seluruh jasadnya; dan jika ia rusak, maka rusak pula seluruh jasadnya. Ketahuilah, bahwa segumpal daging itu adalah hati. [Diriwayatkan oleh al Bukhari dan muslim, dan ini adalah lafazh muslim].[4]

Hadis tersebut menekankan pentingnya memperhatikan ketentuan halal dan haram dalam mengonsumsi makanan dan minuman, karena hal itu berpengaruh langsung terhadap kondisi tubuh. Seorang muslim juga dianjurkan untuk menjauhi segala sesuatu yang dilarang, karena sikap tersebut merupakan bentuk penjagaan terhadap agama dan kehormatan dirinya. Setiap muslim harus mengonsumsi produk halal. Pemerintah juga membantu dengan memastikan produk halal melalui berbagai undang-undang. Ini terjadi sebelum Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang terdiri dari banyak undang-undang yang tersebar luas, termasuk undang-undang pangan, kesehatan, perlindungan konsumen, dan undang-undang yang berkaitan dengan undang-undang tersebut.[5]

Dengan adanya peran hukum yang progresif dan responsif, yaitu melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan Porduk Halal, undang-undang ini memperkuat dan mnyatukan berbagai regulasi terkait produk halal yang sebelumnya tersebar dalam berbagai peraturan perundang-undangan. Selain itu, undang-undang ini juga berfungsi sebagai dasar hukum utama bagi peraturan mengenai produk halal.[6] Peraturan mengenai jaminan produk halal dalam undang-undang ini mencakup berbagai aspek, tidak hanya terbatas pada obat-obatan, makanan, dan kosmetik, tetapi juga meliputi produk kimia, produk biologi, rekayasa genetik, serta barang-barang yang digunakan atau dimanfaatkan oleh

---

[4]"Hadits.Site | *Shahih Muslim nomor 1599*," Hadits.Site, diakses 21 Mei 2025, https://hadits.site/hadits/62.

[5] Wiku Adi Sasmito, *"Analisis Kebijakan Nasional MUI dan BPOM dalam Labeling Obat dan Makanan"*, Case Study: Analisis Kebijakan Kesehatan, (Universitas Indonesia: Fakultas Kesehatan Masyarakat, 2008), h. 14

[6] Farid Wajdi dan Diana Susanti, "*Kebijakan Hukum Produk Halal Di Indonesia"*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2021), h. 10

masyarakat.[7] Oleh karena itu pada Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 4 ayat 1 yakni produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.[8]

Kota Manado adalah salah satu kota metropolitan yang selalu sibuk dengan bisnis. Meskipun demikian, perbaikan infrastruktur dan prasarana Kota Manado mendorong aktivitas ekonomi berjalan lancar. Rumah makan, terutama di Kota Manado, mengalami pertumbuhan yang sangat cepat. Bisnis kuliner harus mampu bersaing karena mereka ada di mana-mana berkat kedatangan bisnis lain. [9]Mengingat masyarakat muslim di Kota Manado bukanlah mayoritas penduduknya, maka dengan itu susahnya percaya dengan produk kuliner yang belum diketahui kehalalannya.

Dari hasil observasi yang penulis alami selama penulis tinggal di Kota Manado, bahwa masyarakat muslim yang ada disini adalah penduduk minoritas sehingga para produsen yang menjual produk halal itu sangat minim, maka kurangnya kepercayaan para konsumen kepada produk-produk yang belum pasti kehalalannya. Di kawasan kuliner Jalan Flamboyan Kota Manado ini telah ada sejak tahun 2018 tetapi diresmikan pada tahun 2022 yang menjadi pusat aktivitas ekonomi dan sosial seperti adanya penjual minuman kekinian, penjual makanan unik, penjual makanan viral dengan 125 pelaku usaha yang berjualan di kawasan yang menarik berbagai konsumen, baik lokal maupun wisatawan. Dengan adanya pemahaman tentang kepercayaan konsumen muslim terhadap kehalalan produk itu sangat penting, terutama dalam memastikan bahwa kebutuhan konsumen tentang produk yang sesuai dengat syariat Islam itu dapat terpenuhi.

Kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk dipengaruhi oleh banyak faktor, mulai dari pemahaman konsumen tentang halal, sikap pelaku dalam menjaga kualitas dan kehalalan bahan makanan, hingga dukungan dari pemerintah

---

[7] Pasal 1 Ayat 1, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal
[8] Pasal 4 Ayat 1, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal
[9] Nasruddin Yusuf, Suprijati Sarib, Evra Willya, Rosdalina Bukido, "*The Difficulty of Finding Halal Food for Muslim Minorities: Analysis of Maqasid Sharia*", Al- Istinbath Jurnal Hukum Islam, No.2 (November 2023)

dalam mengawasi dan memberikan sertifikat halal kepada para pelaku usaha tersebut. [10]

Dengan itu peneliti ingin menggali lebih dalam lagi pengalaman, pandangan serta kepercayaan konsumen muslim terhadap produk kuliner, dan juga memberikan masukan bagi para pelaku usaha untuk memperhatikan aspek kehalalan produk sebagai bagian dari upaya meningkatkan daya saing dan kepercayaan kosnsumen, serta memberikan rekomendasi bagi pemerintah daerah untuk mendukung kebijakan sertifikat halal yang lebih luas bagi para pelaku usaha. Dengan mempertimbangkan konteks di atas, penulis ingin mempelajari pemahaman dari kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk secara lebih mendalam. Penulis kemudian memberikan judul penelitian ini, yaitu: **"Kepercayaan Konsumen Terhadap Kehalalan Produk Kuliner UMKM di Kota Manado Perspektif Hukum Ekonomi Islam"**

B. Identifikasi Dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemahaman konsumen tentang kehalalan produk kuliner?
2. Apakah faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk kuliner UMKM?
3. Apakah dampak hukum ekonomi Islam terhadap keputusan konsumen?

2. Batasan Masalah

Lewat identifikasi masalah itu penulis mereduksi fokus kajian dengan melakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi dengan berfokus pada konsumen muslim untuk menentukan kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk kuliner UMKM di Kota Manado perspektif hukum ekonomi Islam.
2. Penelitian ini dibatasi dengan implikasi hukum dalam kepercayaan terhadap produk halal di Kota Manado.

---

[10] Adinda Wongso, *Hasil Observasi Penelitian di kawasan kuliner Jalan Flamboyan Kota Manado*, pada Senin, 25 Oktober 2024.

3. Penelitian ini dibatasi dengan lokasi yang akan diteliti yaitu di kawasan kuliner UMKM Jalan Flamboyan Kota Manado.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk kuliner di kawasan kuliner UMKM Jalan Flamboyan Kota Manado?
2. Bagaimana implikasi hukum dalam kepercayaan konsumen terhadap produk kuliner halal di Kota Manado?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian tentang kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk di kawasan kuliner UMKM Jalan Flamboyan Kota Manado adalah sebagai berikut:

a. Untuk mengetahui kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk kuliner di kawasan kuliner UMKM Jalan Flamboyan Kota Manado.
b. Untuk mengetahui implikasi hukum dalam kepercayaan konsumen terhadap produk kuliner halal di Kota Manado.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman serta konstribusi pemikiran dan dasar teoritis bagi perkembangan ilmu hukum ekonomi syariah secara umum, serta memberikan informasi mengenai kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk kuliner UMKM di Kota Manado perspektif hukum ekonomi Islam . Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktisi

a. Bagi peneliti semoga memberikan wawasan dan pengalaman secara praktis mengenai kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk kuliner UMKM di Kota Manado perspektif hukum ekonomi Iyariah. Dan juga sebagai salah satu syarat penulis untuk menyelesaikan pendidikan program Strata 1 (S1) pada program studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas

Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.

b. Berguna untuk memberikan kontribusi akademis khususnya tentang kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk kuliner UMKM di Kota Manado perspektif hukum ekonomi Islam.

3. Kegunaan Penelitian Selanjutnya

Di harapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan dan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dengan pembahasan kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk kuliner UMKM di Kota Manado perspektif Hukum Ekonomi Islam.

F. Definisi Operasional

Dilihat dari judul skripsi ini, maka dapat diberikan definisi operasionalnya yaitu sebagai berikut:

1. Kepercayaan Konsumen

Menurut Vanessa Gaffar, kepercayaan (*trust*) adalah kemauan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan dan menjalankan sebuah fungsi. Fungsi yang dimaksud dalam hal ini adalah kepercayaan mengenai kegunaan, manfaat, sikap dari suatu produk dan jasa dari suatu merek atau perusahaan saat digunakan oleh konsumen. [11] Selain itu kepercayaan konsumen dapat ula dibangun melalui kejujuran produsen dalam menginformasikan komposisi atau bahan-bahan yang digunakan dalam suatu produk, serta dengan memberikan informasi yang jelas mengenai efek samping yang mungkin timbul akibat penggunaan produk tersebut.[12]

2. Kehalalan Produk

Kehalalan produk merujuk pada produk yang diproduksi dan diolah sesuai dengan standar kehalalan yang telah ditetapkan. Kehalalan produk sangatlah penting, khususnya dalam agam Islam karena mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal merupakan kewajiban bagi umat muslim. Kehalalan produk dapat didefinisikan sebagai produk yang dihasilkan dan diproses dengan

---

[11]Vanessa Gaffar, *Customer Realitionship Management anda Marketing Public Realitions*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 72.

[12] Dewi Nur Setiyaningsih, "*Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen dengan Switching Cost sebagai Variabel Mediasi*", Jurnal Ekonomi - Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 6.

memenuhi standar kehalalan yang telah ditentukan. Standar tersebut mencakup bahan baku yang digunakan, proses produksi, penanganan, pengemasan, serta penyimpannan produk.[13]

3. Kuliner

Kata kuliner berasal dari bahasa Inggris "*culinary*", yang berarti sesuatu yang berhubungan dengan dapur atau masakan.[14] Masakan tersebut mencakup lauk-pauk, makanan, dan minuman. Istilah kuliner menjadi lebih populer di Indonesia berkat pemberitaan media massa dan acara-acara televisi tentang wisata kuliner. Dengan deminikian, kuliner merujuk pada segala hal yang berkaitan dengan dunia masak.

4. UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah jenis usaha yang berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pemerataan dan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan stabilitas ekonomi nasional. UMKM diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.[15]

5. Hukum Ekonomi Islam

Hukum ekonomi Islam adalah sebagai keseluruhan norma-norma hukum yang dibuat oleh pemerintah atau penguasa untuk mengatur berbagai kegiatan di bidang ekonomi untuk mewujudkan kepentingan individu, masyarakat, dan negara yang berlandaskan kepada hukum Islam. Hukum ekonomi Islam bersumber pada aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT dan hasil ijtihat (akal pikiran manusia).[16]

G. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan identifikasi, penulis melihat penelitian dan jurnal yang diterbitkan di situs web yang membahas kepercayaan konsumen. Penulis dalam penelurusan ini ingin mengambil posisi dan menjelaskan aspek-aspek persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya yang relevan.

---

[13] Dirhamzah, Muhammad Nur Lajo, Hafsan, dkk., *Syariat Produk Halal* (Purbalingga, 2024), 1.
[14] Chol, J., & Shadily, H. (2000). *Kamus Inggris-Indonesia.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
[15] Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009) hal. 17
[16]"*Modul Ajar Hukum Ekonomi Islam*. pdf," diakses 21 Mei 2025, https://repository.unimal.ac.id/450/1/Modul%20Ajar%20Hukum%20Ekonomi%20Islam.pdf.

1. Skripsi tentang "Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Halal Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen muslim di Restoran Pantai Pondok Permai" yang ditulis oleh Melly Amelia dari Universitas Medan Area tahun 2023. Hasil penelitian, menunjukkan bahwa Kepercayaan Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen muslim di Restoran Pantai Pondok Permai, dimana pada nilai t hitung 2,789 > 1,987 dan nilai signifikansi 0,007 < 0,05 dengan pengaruh sebesar 32%.[17]

Persamaan dari skripsi ini dan judul peneliti ialah sama-sama ingin mengetahui kepercayaan konsumen terhadap kehalalan suatu produk. Sedangkan Perbedaan dari skripsi ini terletak pada lokasi yang akan diteliti, kemudian dari metode yang di pakai itu dia menggunakan metode kuantitatif.

2. Skripsi tentang "Kepercayaan Konsumen muslim terhadap Produk UMK yang Tersertifikasi Halal melalui Skema *Self Declare* di Pasar Lama Kota Tanggerang" yang ditulis oleh Arumdifa Dhiyaulhaq dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2024. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMK telah mengetahui program *Self Declare*.[18]

Persamaan dari skripsi ini dan judul skripsi peneliti ialah sama-sama meneliti tentang Kepercayaan Konsumen dan juga ia menggunakan metode penelitian Kualitatif. Perbedaannya pada judul peneliti ialah adanya letak lokasi yang berbeda dari tempat peneliti.

3. Skripsi tentang "Persepsi Konsumen terhadap Standarisasi Halal Masyarakat muslim di Palangka Raya" yang ditulis oleh Muhammad Nur Fathan dari Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya tahun 2020. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi konsumen terhadap standarisasi halal masyarakat muslim di Palangka Raya dapat dikatakan sesuai dengan pengertian konsep halal dan syarat-syarat makanan halal yang sudah ditetapkan oleh syariat Islam serta

---

[17] Melly Amelia, *"Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Halal Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Muslim di Restoran Pantai Pondok Permai"*, (Skripsi, Medan, Universitas Medan Area, 2023), ii.

[18]Arumdifa Dhiyaulhaq, *"Kepercayaan Konsumen Muslim terhadap Porduk UMK yang Tersertifikasi Halal melalui Skema Self Declare di Pasar Lama Kota Tangerang"*, (Skripsi, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024), vi.

diperkuat dengan ijtihad para Ulama Islam dalam mengkatagorikan makanan halal yaitu seperti zat, pengelolahan dan sumbernya.[19]

Persamaan dari skripsi ini dan judul peneliti ialah sama-sama meneliti dan ingin mengetahui persepsi kepercayaan konsumen pada kehalalan suatu produk dan juga ia menggunakan penelitian dengan metode kualitatif. Perbedaan dari skirpsi ini ialah terletak pada lokasi penelitian, dia meneliti di daerah palangka Raya pada tahun 2020.

4. Jurnal tentang "Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembeli Daging Ayam" yang ditulis oleh Radlyah hasan Jan, Fadlun Nabila Bachdar, Faradila Hasan dari IAIN Manado tahun 2022. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan hasil analisis menggunakan Teknik koefisien determinasi (R2) menunjukkan koefisien antara variable X (Label Halal) dan Y (keputusan Pembelian) sebesar 0,471 atau 47,1%.[20]

Persamaan dari jurnal ini dan judul peneliti ialah meneliti tentang keputusan yang merujuk kepada kepercayaan dari konsumen, kemudian lokasi penelitian juga berada di Kota Manado. Perbedaan dari jurnal ini ialah dia menggunakan meotde kuantitatif dan juga dia meneliti di tahun 2022.

5. Jurnal tentang "Pengaruh Label Halal pada Produk dalam Kemasan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Produk Kecantikan di Supermarket Chandra dan Ramayana Kota Bandar Lampung)" yang ditulis oleh M. Yusuf Bahtiar dari UIN Raden Intan Lampung tahun 2022. Hasil penelitian menjunjukkan bahwa faktor yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan pertama adalah kualitas dan persepsi kualitas produk kecantikan, kecocokan individu dengan produk dan informasi/rujukan dari orang ke 3 dan iklan pada bermacam media. Informasi pertimbangan berikutnya adalah merek dan prestise produk kecantikan, harga produk, dan status kehalalan.[21]

---

[19] Muhammad Nur Fathan, "*Persepsi Konsumen terhadap Standarisasi Halal Masyarakat Muslim di Palangka Raya*", (Skripsi, Palangka Raya, IAIN Palangka Raya, 2020), iv.

[20] Radlyah Hasan Jan, Fadlun Nabila Bachdar, dan Faradila Hasan*, "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam"*, Arbitrase: Jurnal of Economics and Accounting, Vol. 3, No. 2, (November 2022), 198

[21] M. yusuf Bahtiar "*Pengaruh Label Halal pada Produk dalam Kemasan dan Harga terhadap*

Persamaan dari jurnal ini dan judul peneliti ialah sama-sama ingin mengetahui keputusan pembeli terhadap kehalalan suatu produk dan juga menggunakan metode kualitatif. Perbedaan dari jurnal ini ialah letak lokasi penelitian, dia meneliti di Kota Bandar Lampung pada tahun 2022.

Keputusan Pembelian: Studi pada Produk Kecantikan di Supermarket Chandra dan Ramayana Kota Bandar Lampung", Markas Jurnal STAI Al Hidayah Bogor, no. 1 (2019): 45

BAB II
KERANGKA TEORI

A. Kepercayaan Konsumen

a. Pengertian Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan merujuk pada keyakinan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu. Konsumen akan menunjukkan kepercayaan mereka terhadap berbagai atribut yang dimiliki oleh merek dan produk yang mereka percaya. Kepercayaan ini sering disebut sebagai "*object-attribute linkages"*, yaitu keyakinan konsumen tentang kemungkinan adanya hubungan antara sebuah onjek dan atribut-atribut yang relevan dengan objek tersebut.[22]

Menurut John C. Mowen dan Michael Minor, kepercayaan konsumen mencakup segala informasi yang dimiliki konsumen serta kesimpulan yang mereka buat tentang suatu objek, atribut, dan manfaatnya.[23]

b. Jenis-Jenis Kepercayaan Konsumen

Pada umumnya setiap pelaku bisnis menyadari bahwa kepercayaan terhadap objek, atribut, dan manfaat mencerminkan persepsi konsumen. Namun, yang perlu dipahami adalah bahwa kepercayaan setiap konsumen bisa berbeda-beda. Konsumen dapat membentuk tiga jenis kepercayaan:[24]

1) Kepercayaan atribut-objek

Pengetahuan tentang sebuah objek memiliki atribut khusus yang disebut sebagai kepercayaan atribut objek. Kepercayaan ini menghubungkan atribut dengan objek, seperti individu, barang, atau jasa.

2) Kepercayaan atribut-manfaat

Seseorang mencari produk dan jasa yang dapat mengatasi masalah mereka dan memenuhi kebutuhan mereka. Dengan kata lain, produk tersebut memiliki atribut yang dapat memberikan manfaat yang mudah dikenali.

---

[22] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen* (Ghalia Indonesia, Bogor, 2011), 178.
[23] John C. Mowen, Michael Minor, dan Lina Salim, *Perilaku konsumen*, vol. 10 (Erlangga Jakarta, 2002), https://scholar.google.com/scholar?cluster=9547504713507907380&hl=en&oi=scholarr.
[24] Jhon C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, 312.

3) Kepercayaan objek-manfaat

Jenis kepercayaan ketiga dibentuk dengan menghubungkan objek dan manfaatnya. Kepercayaan objek manfaat merupakan persepsi konsumen tentang seberapa jauh produk, orang, jasa, tertentu yang akan memberikan manfaat tertentu.

c. Indikator Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan terbentuk antar pihak-pihak yang belum saling mengenal dengan baik dalam hal interaksi maupun proses interaksi. Kepercayaan itu sendiri terbagi menjadi dua dimensi, yaitu *trusting intention* dan *trusting belief*. *Trusting intetion* merujuk pada niat seseorang untuk secara sengaja bergantung pada orang lain dalam situasi, sementara *trusting belief* adalah persepsi konsumen terhadap penjual (misalnya penjual toko online), yang menganggap bahwa penjual memiliki karakteristik yang akan menguntungkan konsumen.

B. Halal

a. Pengertian Halal

Menurut Qardhawi, kata "halal" berarti sesuatu yang boleh dilakukan, dibenarkan oleh syariat, dan orang yang melakukannya tidak akan terkena hukuman dari Allah SWT. Sebaliknya, kata "haram" berarti segala sesuatu atau perkara yang dilarang oleh hukum Islam yang jika ditinggalkan akan memperoleh pahala dan jika dilakukan akan menimbulkan dosa.[25]

Persyaratan dan prosedur sertifikasi halal mewajibkan bahwa karakteristik produk tidak boleh memiliki bau atau rasa yang mengarah pada produk yang dianggap haram atau telah dinyatakan haram oleh MUI. Untuk sertifikasi, produk pangan eceran (retail) dengan merk sama yang dijual di Indonesia harus didaftarkan secara keseluruhan, bukan hanya sebagian.

---

[25]"*halal-haram-dalam-Islam-oleh-yusuf-qardhawi.pdf*," diakses 25 Mei 2025, https://cahayamalamdibulanjuli.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/05/halal-haram-dalam-Islam-oleh-yusuf-qardhawi.pdf.

Namun, LPPOM MUI tidak menjamin bahwa produk yang belum bersertifikasi halal haram.[26]

b. Dalil-Dalil Halal

Ketentuan tentang halal dan haram dalam Islam diatur Al-Our' an dan Hadis (Qs. Al-Baqarah [2]: 168, 172, 173 & Hadits dari Abu Abdillah Nu'man bin Basyir R.A). Oleh karena itu, persoalan produk halal dan haram adalah persoalan ibadah. Yusuf Oardawi berpendapat: ada kaidah terkenal yang berkaitan dengan prinsip dasar halal dalam Islam "Asal segala sesuatu (yang diciptakan Allah SWT) adalah halal atau mubah".[27] Tidak ada sesuatu apapun yang haram kecuali berdasarkan teks/nash yang berasal dari Al-Qur' an ataupun Sunnah yang jelas mengharamkannya. Dengan demikian, makna wajib dalam Pasal 4 Undang-Undang tentang Jaminan Produk Halal, bertolak belakang dengan kaidah fikih dan nash-nash tersebut. Kaidah Fikih "Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan" termasuk ke dalam rumpun muamalah, sedangkan dalam muamalah dinyatakan dalam kaidah yaitu "Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya."

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ كُلُوا۟ مِمَّا فِى ٱلْأَرْضِ حَلَٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا۟ خُطُوَٰتِ ٱلشَّيْطَٰنِ ۚ إِنَّهُۥ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Terjemahannya: “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” (QS: Al-Baqarah 168)[28]

عَنِ أَبِيْ عَبْدِ اللهِ النُّعْمَانِ بْنِ بَشِيْرٍ رَضِيَ اللهُ عَنْهُمَا قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: ((إِنَّ الْحَلاَلَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ، وَبَيْنَهُمَا أُمُوْرٌ مُشْتَبِهَاتٌ، لاَ يَعْلَمُهُنَّ كَثِيْرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنِ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ فَقَدِ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِرْضِهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ كَالرَّاعِي يَرْعَى حَوْلَ الْحِمَى يُوشِكُ أَنْ يَرْتَعَ فِيهِ، أَلاَ وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ حِمًى، أَلاَ وَإِنَّ حِمَى اللهِ مَحَارِمُهُ، أَلاَ وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ

[26] Yusuf al-Qardhawi, *al-Halal wa al-Haram fi al-Islam,* (Lebanon: Beirut, 1960), 7.
[27] Murtadho Ridwan, *Nilai Filosofi Halal dalam Ekonomi Syariah,* (STAIN Kudus, 2019), 19.
[28] Departemen Agama RI, *Al-Qur’an Tajwid dan Terjemahannya* (Jakarta Timur: PT. Maghfira Pustaka, 2006), 25.

كُلُّهُ، وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ أَلاَ وَهِيَ الْقَلْبُ)). رواه البخاري ومسلم، وهذا لفظ مسلم.

Artinya: Dari Abu ‘Abdillah Nu’man bin Basyir Radhiyallahu anhuma berkata: Aku mendengar Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda: “Sesungguhnya yang halal itu telah jelas dan yang haram pun telah jelas pula. Sedangkan di antaranya ada perkara syubhat (samar-samar) yang kebanyakan manusia tidak mengetahui (hukum)-Nya. Barangsiapa yang menghindari perkara syubhat (samar-samar), maka ia telah membersihkan agama dan kehormatannya. Barangsiapa yang jatuh ke dalam perkara yang samar-samar, maka ia telah jatuh ke dalam perkara yang haram. Seperti penggembala yang berada di dekat pagar larangan (milik orang) dan dikhawatirkan ia akan masuk ke dalamnya. Ketahuilah, bahwa setiap raja memiliki larangan (undang-undang). Ingatlah bahwa larangan Allah adalah apa yang diharamkan-Nya. Ketahuilah, bahwa di dalam jasad manusia terdapat segumpal daging. Jika ia baik, maka baik pula seluruh jasadnya; dan jika ia rusak, maka rusak pula seluruh jasadnya. Ketahuilah, bahwa segumpal daging itu adalah hati. [Diriwayatkan oleh al Bukhari dan muslim, dan ini adalah lafazh muslim].[29]

c. Indikator Halal

1) Bahan Baku

Semua bahan yang digunakan harus bebas dari bahan haram, seperti babi, alkohol, atau bahan yang tidak jelas sumbernya. Bahan tersebut harus memiliki sertifikat halal resmi.[30]

2) Proses Produksi

Proses produksi harus dilakukan dengan menjaga kebersihan sesuai dengan standar halal, Harus memastikan tidak terjadi kontaminasi silang dengan bahan haram selama proses produksi.[31]

3) Penyimpanan dan Pengangkutan

Produk halal harus di siman terpisah dari produk non-halal untuk mencegah kontaminasi, pengangkutan dilakukan dengan cara yang menjaga kehalalan suatu produk.[32]

---

[29] “Hadits.Site | *Shahih Muslim nomor 1599*.”
[30] Titis Sari Kusuma, Adelya Desi Kurniawati, dan Aulia Riska Iastika, *Sistematika Penyusunan Dokumen Manual Sistem Jaminan Produk Halal* (Universitas Brawijaya Press, 2023).
[31] Kusuma, Kurniawati, dan Iastika.
[32] Kusuma, Kurniawati, dan Iastika.

4) Sertifikat Halal

Produk atau jasa memiliki sertifikat halal dari lembaga berwenang, seperti BPJPH di Indonesia, berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI.[33]

5) Label Halal

Produk memiliki label halal yang jelas, resmi, dan mudah dikenali oleh konsumen.[34]

6) Etika Bisnis Islam

Produsen memberikan informasi yang transparan tentang bahan dan proses produksinya. Misalnya, tidak ada unsur penipuan atau riba dalam proses bisnisnya.[35]

7) Aspek Keamanan

Produk halal juga harus baik, yaitu aman untuk dikonsumsi, bergizi, dan tidak membahayakan kesehatan.[36]

C. Produk

a. Pengertian Produk

Kata "produk" berasal dari bahasa Inggris "product," yang berarti sesuatu yang dihasilkan oleh tenaga kerja. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, digunakan, dimiliki, atau dikonsumsi, dengan tujuan untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dari pengertian ini, dapat disimpulkan bahwa hampir semua hasil produksi adalah benda nyata yang bisa dilihat, diraba, dan dirasakan.[37] Kotler juga mendefinisikan produk sebagai suatu tawaran, yang berarti produk adalah segala hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dibeli, dan digunakan.[38]

---

[33] "*Tentang BPJPH | Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal,*" diakses 25 Mei 2025, https://bpjph.halal.go.id/detail/tentang-bpjph.
[34] Farid Wajdi dan Diana Susanti., *Kebijakan Hukum Produk Halal di Indonesia* (Sinar Grafika, 2021).
[35] Muh Arafah, *Etika Bisnis Islam* (wawasan Ilmu, t.t.).
[36] Juniwati, *Kesadaran Halal dan Religiusitas Individu dalam Keputusan Pembelian Makanan*, (Pontianak: Universitas Tanjungpura, 2022), h.144
[37] Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merk*, (Yogyakarta: Qiara Media, 2019), h.2
[38] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (Pearson, 2016).

b. Jenis Produk

Secara umum, jenis produk dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu produk konsumsi dan produk industri. Produk konsumsi (*consumer products*) adalah barang yang digunakan oleh konsumen akhir atau rumah tangga dengan tujuan tidak untuk dijual kembali atau diperdagangkan. Beberapa contoh barang yang termasuk dalam produk konsumsi adalah sebagai berikut:

1) Barang kebutuhan sehari-hari (*convenience goods*), yaitu barang yang biasanya dibeli dengan cepat dan membutuhkan sedikit usaha untuk mendapatkannya, seperti barang kebutuhan toko kelontong, baterai, dan sejenisnya.[39]
2) Barang belanja (*shopping goods*), yaitu barang yang dalam proses pembeliannya konsumen cenderung membandingkan mutu, harga, dan model sebelum memutuskan untuk membeli, seperti pakaian, sepatu, sabun, dan lain-lain.[40]
3) Barang khusus (*speciality goods*), yaitu barang yang memiliki ciri-ciri khas atau merek tertentu, di mana konsumen berusaha untuk memilikinya atau membelinya, seperti mobil, kamera, dan sebagainya.[41]

c. Atribut Produk

Didalam suatu produk selain terdapat tingkat dan klasifikasi, produk juga memiliki atribut yang menjadi dasar dalam pengambilan keputusan pembelian. Menurut Djiptono, atribut produk ini meliputi:

1) Merek (*Branding*)

Merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, logo, desain, warna, atau kombinasi atribut lain dari produk yang diharapkan dapat memberikan identitas dan membedakan produk tersebut dari pesaing.[42]

---

[39] Riska Septifani, "J*enis-jenis Barang*," t.t.
[40]"*B.131.17.0304-15-File-Komplit-20210303024132.pdf,*" diakses 25 Mei 2025, https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2017/B.131.17.0304/B.131.17.0304-15-File-Komplit-20210303024132.pdf.
[41] Radna Andi Wibowo, *Manajemen Pemasaran* (Radna Andi Wibowo, 2019).
[42] Ayu Oktavianingrum, Dwi Nur Hidayati, dan Ertien Rining Nawangsari, "*Strategi branding membangun Brand Identity pada UMKM,*" Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara 4, no. 3 (2023): 1829–36, http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1213.

2) Kemasan (*Packaging*)

Pengepakan adalah proses yang terkait dengan perancangan dan pembuatan wadah atau pembungkus untuk suatu produk.[43]

3) Pemberian Label (*Labeling*)

Label adalah bagian dari produk yang memberikan informasi mengenai produk tersebut serta penjualnya.[44]

4) Layanan Pelengkap (*Supplementary Service*)

Setiap produk pasti melibatkan unsur jasa atau layanan, baik itu sebagai produk inti maupun sebagai pelengkap.[45]

5) Jaminan (*Guaranty*)

Jaminan adalah janji yang merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen, konsumen akan diberi ganti rugi apabila produk ternyata tidak berfungsi sebagaimana yang diharapkan atau dijanjikan, jaminan atau garansi dapat berupa penggantian produk denga produk baru, peneggantian uang sejumlah yang dibayarkan untuk produk yagng rusak, pelayanan pebaikan tanpa membayar. [46]

D. Usaha Kuliner

a. Pengertian Usaha Kuliner

Usaha kuliner adalah kegiatan yang dijalankan oleh seseorang yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Jenis usaha ini sangat menguntungkan dan memiliki prospek yang terus berkembang, karena makanan dan minuman adalah kebutuhan dasar manusia. Bisnis kuliner mencakup berbagai kategori, mulai dari makanan ringan, minuman kekinian, hingga makanan pokok. Setiap kategori dalam bisnis ini memiliki potensi yang besar, tergantung pada strategi pemasaran yang diterapkan.[47]

---

[43] Sudjadi Tjipto Rahardjo, "*Desain Grafis Kemasan UMKM,*" Buku Karya Dosen, 2019, 1–70,

[44] Arista Fauzi Kartika Sari dan Junaidi Junaidi, "*Fenomena Label Halal is it a Awareness or Branding,*" Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 6, no. 1 (2020): 87–94,

[45] Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan layanan prima edisi 4* (Penerbit Andi, 2022).

[46] Dwi Fea Wijaya, *Inovasi Kue Bakiak pada Perusahaan Industry Rumah Tangan Nisa Banyu Wangi*, Skripsi Universitas Jember, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2015, h.111-14.

[47] Adiguna, "*Peranan Aplikasi Go Food terhadap perkembangan Bisnis Kuliner*", Jurnal Pariwisata, vol. 3 No. 1 (2020).

Dalam ekonomi modern, usaha kuliner tidak hanya sekadar memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga berkembang menjadi bagian dari gaya hidup, pariwisata, dan industri kreatif. Hal ini terlihat dari beragamnya inovasi dalam produk kuliner, mulai dari rasa, kemasan, hingga cara penyajian yang menarik dan sesuai dengan tren pasar.[48]

b. Jenis-Jenis Usaha Kuliner

Berikut beberapa jenis usaha kuliner yang banyak di pasarkan di pasaran:

1). Frozen Food

Frozen food merupakan jenis makanan yang sangat populer saat ini. Makanan beku ini bisa dijadikan cemilan atau lauk yang dikonsumsi sehari-hari.[49]

2). Kue Kering

Kue kering merupakan makanan ringan atau makanan yang disantap sebagai cemilan yang banyak di gemari oleh masyarakat baik anak kecil maupun orang dewasa.[50]

3). Jajanan Pasar

Jajanan pasar berupa kue-kue basahkan selalu dicari, terutama pagi hari dan sore hari. Jajanan pasar ini biasa dikonsumsi untuk sarapan atau bekal kerja.[51]

4). Minuman Kekinian

Minuman yang sedang tren, seperti boba, milk tea, thai tea, cheese tea, dan green tea, sangat diminati oleh berbagai kalangan.[52]

5). Kopi

Kopi kini telah menjadi bagian dari kebiasaan dan gaya hidup masyarakat, terutama di kalangan anak muda. Menjual kopi saat ini

---

[48] Bachruddin Saleh Luturlean, *Strategi bisnis pariwisata* (Humaniora, 2019).
[49] Chica Oktazulfiani, "*Analisis Studi Pengembangan Usaha Kuliner Tenda Papa Di Pekanbaru*" (PhD Thesis, Universitas Islam Riau, 2022), https://repository.uir.ac.id/10875/.
[50] *Bisnis Kue Kering* (Niaga Swadaya, t.t.).
[51] Nuk Tohul Huda, "*Etnomatematika Pada Bentuk Jajanan Pasar di Daerah Istimewa Yogyakarta*," JNPM (Jurnal Nasional Pendidikan Matematika) 2, no. 2 (30 Oktober 2018): 217–32, https://doi.org/10.33603/jnpm.v2i2.870.
[52] Ryka Handayani, "*Pengaruh Harga dan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha Umkm Minuman Kekinian di Kecamatan Sunggal Deli Serdang Km 15*," 6 Oktober 2023, https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/22255.

tampaknya sangat menguntungkan dan memiliki prospek yang menjanjikan.[53]

E. UMKM

a. Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah jenis usaha yang dapat membuka lapangan pekerjaan, berperan penting dalam pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta menciptakan stabilitas ekonomi nasional. Usaha kecil merujuk pada usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha, yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha menengah atau besar, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang memenuhi kriteria usaha kecil yang telah ditetapkan.[54]

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM, sebagaimana tercantum dalam Pasal 6, meliputi nilai kekayaan bersih atau aset yang dimiliki, yang tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

1) Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset maksimal Rp.50.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dengan hasil penjualan tahunan tidak lebih dari Rp.300.000.000.
2) Usaha kecil adalah usaha yang memiliki aset lebih dari Rp.50.000.000 hingga maksimal Rp.500.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dengan hasil penjualan tahunan antara Rp.300.000.000 hingga maksimum Rp.2.500.000.000.
3) Usaha menengah adalah perusahaan yang memiliki nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000 hingga maksimal Rp.10.000.000.000, dengan hasil penjualan tahunan di atas Rp.2.500.000.000 hingga paling tinggi Rp.50.000.000.000.[55]

---

[53]Chicha Oktazulfiani*,"Analisis Pengembangan Usaha Kuliner Tenda Papa Di Pekanbaru"*, (Skripsi Universitas Islam Riau, 2022), 6-8.
[54] Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009) hal. 16
[55] Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6.

b. Kekuatan dan Kelemahan UMKM

UMKM memiliki berbagai potensi kekuatan yang menjadi andalan untuk pengembangan di masa depan, seperti kemampuan untuk menyediakan lapangan kerja. Peran industri kecil dalam menyerap tenaga kerja sangat signifikan, diperkirakan bisa menyerap hingga lima puluh persen tenaga kerja yang ada. Selain itu, UMKM juga menjadi sumber wirausaha baru, dengan keberadaannya yang telah terbukti mendukung tumbuh dan berkembangnya wirausahawan baru, serta memiliki posisi pasar yang unik.[56]

F. Hukum Ekonomi Islam

a. Pengertian Hukum Ekonomi Islam

Hukum artinya kaidah atau norma yang terdiri dari tolak ukur, pedoman, patokan yang dijadikan sebagai sumber penilaian tentang tingkah laku dan perbuatan manusia. Ekonomi syariah yakni berlandaskan pada Al-quran dan Hadis sebagai pedoman dalam mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam kegiatan ekonomi.[57]

Syariat Islam merupakan sebuah kata yang berasal dari bahasa arab yang memiliki arti "hukum Islam". dalam Al-quran kata syariah ini berarti jalan yang benar, dimana Allah swt meminta kepada Rasulullah saw untuk mengikutinya bukan mengikuti tingkah atau perbuatan lain yang tidak sesuai dengan syariah.[58]

Ekonomi Syariah merupakan suatu ilmu pengetahuan tentang kehidupan manusia mengenai kehidupan social ekonomi berdasarkan ketentuan yang diatur dalam Islam. Berkaitan dengan masalah-masalah tentang ekonomi yang sering terjadi, maka dalam ekonomi Islam ini memiliki sumber patokan pada Al-qur'an dan As-Sunnah. Penerapan ekonomi syariah ini seperti bagaimana perbuatan yang diterapkan tentang sumber daya material yang mejadi kebutuhan hidup umat manusia, yang dimana penerapan tersebut tetap

---

[56] Pandji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, (Yogyakarta: PT. Dwi Chandra Wacana2010), 32.
[57] Abdullah Sulaiman, "*Pengantar ilmu hukum*" (UIN Jakarta bersama Yayasan Pendidikan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, 2019), https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57878.
[58] Veithzal Rivai Dkk, *Islamic Financial Management* (bogor: Ghalia Indonesia, 2010).

berpeganng teguh pada peraturan-peraturan yang sesuai dengan syariat Islam.[59]

Sistem ekonomi syariah tidak berhubungan dengan para individu yang menjadi pekerja keuangan serta kekayaan suatu Negara ataupun sebaliknya para individu ini diberikan kesamaan mengenai level perekonomiannya. tetapi keadaan itu dapat berubah oleh setiap invidu agar dapat memperoleh kekayaan dalam mencukupi kehidupannya.[60]

b. Sumber Hukum

Hukum ekonomi Islam yang sebagai segala peraturan mengenai hukum yang bersumber dari Al-qur'an, hadis serta sumber Islam lainnya. Ketentuan atau peraturan yang dimaksud ini adalah Segala hal yang mempunyai kaitan dengan umat manusia dalam mempertahankan kelangsungan hidup mereka tentang bagaimana mereka melaksanakan kegiatan ekonomi.[61]

Dua warisan utama yang ditinggalkan oleh Rasulullah Saw tentang sumber hukum ekonomi Islam yakni Al-quran dan Sunnah. Dua sumber ini dalam hukum ekonomi syariah dijadikan dasar secara tetap dalam mengatur semua kegiatan ekonomi umat manuusia sehingga ketika terjadi masalah-masalah ekonomi tidak akan berjangka panjang yang bisa mempengaruhi perkembangan ekonomi.[62]

Ekonomi Islam didalamnya terdapat hukum yang bersifat naqli dan aqli dimana terdapat hubungan timbal balik dalam menata hukum yang mempunyai kaitan mengenai semua jenis kebutuhan manusia. Dalam Al-quran menerangkan semua jenis hal dengan pendekatan ijmaly (global) serta pendekatan secara rinci.[63] Mengenai masalah atau persoalan yang bersifat ijmaly ini, hadis mempunyai peran yang penting untuk menjelaskan secara detail dan sistematik. Tetapi jika status hukum mengenai suatu masalah atau

---

[59] Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro & Makro*. (yogykarta: Graha Ilmu, 2008)
[60] Andi Buchari Veithzal Rivai, *Islamic Economics* (jakarta: PT Bumi Askara, 2009) .
[61] Muhammad dkk, Viksi Dan *Aksi Ekonomi Islam*.
[62] Muannif Ridwan, M. Hasbi Umar, dan Abdul Ghafar, "*Sumber-sumber hukum Islam dan Implementasinya,*" Borneo: Journal of Islamic Studies 1, no. 2 (2021): 28–41,
[63]Anastasya Mamonto,"*Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Transaksi Jual Beli Rumput Laut di Desa Nain Kecamatan Wori*" (PhD Thesis, IAIN MANADO, 2024).

persoalan tidak dijelaskan secara rinci dari dua sumber ini, maka pendapat yang jelas dari para ulama bisa dijadikan dasar hukum dengan peraturan yang terdapat keyakinan di kalangan ulama.[64]

c. Tujuan, fungsi, dan system hukum ekonomi syariah

Beberapa tujuan yang dimiliki dalam hukum ekonomi syariah yaitu :

1). Memberikan batasan tentang tingkat konsumsi manusia dalam hal ini tingkat kelayakan sesuai dengan kebutuhan serta manfaat yang ada pada kehidupan manusia.[65]

2). Memberikan keseimbangan mengenai alat pemuas kebutuhan manusia berdasarkan level kebutuhan sehingga bisa mampu meningkatkan kecerdasan serta kemampuan teknologi untuk mencari lebih dalam mengenai sumber yang masih terpendam.[66]

3). Dalam mengatur penyaluran dan penggunaan barang dan jasa, nilai-nilai mengeani moral diwajibkan untuk dilaksanaakan.[67]

4). Dana pendapata n dilakukan secara merata dengan mengkaitkan sumber pendapatan yang dihasilkan dari usaha yang halal.[68]

Hukum ekonomi syariah juga mempunyai fungsi yaitu :

1). Memfasilitasi serta membuat peluang yang sama serta luas untuk semua orang agar ikut berperan pada kegiatan ekonomi. Individu tersebut wajib memfasilitasi kebutuhan dalam kehidupannya serta orang yang bergantung pada dirinya. Disaat itu pula seorang muslim wajib melakukannya berdasarkan cara terbaik dalam hal ini bekerja secara tepat dan produktif sehingga ini disebut perbuatan yang bijak.[69]

2). Menjaga keseimbangan ekonomi dan perkembangan agar bisa

---

[64] Mamonto.

[65] Muhammad Turmudi, "*Produksi dalam perspektif ekonomi Islam*," Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam, 2017, 37–56,

[66] Imahda Khoiri Furqon, "*Teori konsumsi dalam Islam*," Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah 6, no. 1 (2018), https://e-journal.metrouniv.ac.id/adzkiya/article/view/1169.

[67] Furqon.

[68] Furqon.

[69] Farid Wajdi dan Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam: Edisi Revisi* (Sinar Grafika (Bumi Aksara), 2021).

memberikan peningkatan untuk kesejahteraan masyarakat.[70]

3). Melaksanakan keadilan sosial dan ekonomi pada masyarakat. Semua perbuatan ekonomi yang berdasarkan pada keseimbangan dan menghilangkan hal yang menyangkut intimidasi atau perudungan serta penipuan merupakan suatu sistem yang benar dan bisa memberikan penegakkan keadilan soal ekonomi di tengah kehidupan bermasyarakat, sehingga oleh sebab itu inilah maksud dari kegiatan jual beli dan hal yang dilarang dalam hukum Islam mengenai semua jenis penipuan yang terjadi pada kegiatan transaksi.[71]

Hukum ekonomi syariah adalah suatu sistem yang terdiri dari ilmu pengetahuan social untuk mempelajari permasalahan ekonomi dalam masyarakat berdasarkan prinsip yang diatur dalam Islam. pada hukum ekonomi syariah ini, kemakmuran social bisa disempurnakan ketika sumber daya ekonomi juga di tempatkan sedemikian rupa, sehingga dengan adanya penataan kembali mengenai keadaannya tidak ada individu yang baik bisa menjadikan individu yang lain menjadi lebih buruk. Oleh sebab itu ilmu tentang hukum ekonomi Islam ini tidak bisa bersikap netral ditengah maksud yang memiliki perbedaan.[72]

Dalam undang-undang nomor 3 tahun 2006 tentang perubahan atas undang-undang nomor 7 tahun 1989 tentang peradilan agama. Adanya undang-undang ini membawa dampak besar atas perundang-undangan dalam mengatur harta benda, bisnis maupun perdagangan secra menyeluruh. Menurut pasal 49 hal ini dijelaskan dengan luas bahwa peradilan agama mempunyai tugas dan wewenang dalam kasus bidang ekonomi yang terjadi antara orang-orang yang beragama Islam melalui tahapan meneliti, mengamati, dan memberi keputusan atas masalah yang terjadi. Selain itu

---

[70] Nisa Oktaviani dkk., "*Analisis Perkembangan Kebijakan Fiskal Dalam Prespektif Ekonomi Islam,*" Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi 1, no. 3 (2023): 19–30, https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jumia/article/view/1482.

[71] Yoga Permana dan Fauzatul Laily Nisa, "*Konsep Keadilan Dalam Perspektif Ekonomi Islam,*" *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* 5, no. 2 (2024): 80–94, http://ejournal.iaida.ac.id/index.php/JESDar/article/view/3072.

[72] Nur Wahid, *Hukum Ekonomi Syariah Di Indonesia: Teori dan Regulasi* (wawasan Ilmu, 2022).

undang-undang ini juga menjelaskan mengenai maksud dari ekonomi Islam yakni suatu tindakan atau segala bentuk kegiatan ekonomi yang diterapkan berdasarkan ketentuan dalam Islam yang terdiri dari perbankan syariah, lembaga-lembaga dan badan usaha lainnya yang bergerak di bidang syariah.[73]

[73] Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah* (jakarta: Sinar Grafika, 2009).

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research)*. Sifat penelitian ini adalah sifat penelitian lapangan yang bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaaan, gejala atau kelompok tertentu.[74] Dalam penelitian ini dimaksud untuk menggambarkan tentang " Kepercayaan Konsumen terhadap Kehalalan Produk Kuliner UMKM di Kota Manado Perspektif Hukum Ekonomi Syariah".

B. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian normatif empiris, yaitu merupakan metode penelitian lapangan artinya penulis turun ke lapangan untuk mewawancarai para konsumen maupun pelaku usaha. *"Dalam metode penelitian normatif-empiris ini juga mngenai implementasi ketentuan hukum normative (undang-undang) dalam aksinya disetiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam suatu masyarakat".*[75]

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah di Kawasan Kuliner UMKM Jalan Flamboyan Kota Manado, dan waktu penelitian di rencanakan selama bulan Desember 2024 - bulan Februari 2025.

D. Sumber Data

Adapun sumber data yang diambil dari penelitian ini terdiri:

a. Data Primer

Data Primer yaitu sumber data yang diperoleh langsung dari pihak-pihak yang berhubungan dengan masalah yang dibahas. Maka dari itu, data primer dalam penelitian adalah hasil wawancara konsumen yang membeli produk.

---

[74] Erina, Moch. Alfandi, dan Niken Sari, "*Pengaruh Label Halal, Penetapan Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UD Putra Tanjung Prambon Nganjuk*", Jurnal Online Mahasiswa Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 2 (Nganjuk 2022), 71

[75] Soekanto, Soerjono. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Rajawali Pers, 2007.

Tabel 3.1

Daftar Nama Informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1.	Metasari Nursanti	Perempuan	*Food Vlogger* (@KulinerManado)
2.	Aditya Husein	Laki-Laki	*Food Vlogger*
3.	Chinta Manoppo	Perempuan	Perawat
4.	Reva Tuloli	Perempuan	Mahasiswi
5.	Tuti Hamjati	Perempuan	Mahasiswi
6.	Nazra Mokodompit	Perempuan	Mahasiswi
7.	Gein Makalalag	Perempuan	Mahasiswi
8.	Fadilla Sabihi	Perempuan	Mahasiswi
9.	AF	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
10.	KP	Perempuan	*Food Vlogger*
11.	Sigit Amir	Laki-Laki	Pegawai Bank

b. Data sekunder

Data Sekunder adalah informasi tambahan yang melengkapi data primer. Ini dapat berupa data dari buku-buku yang relevan dengan topik penelitian, hasil penelitian, atau literatur yang relevan.[76]

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulan data penelitian, maka akan digunakan beberapa Teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

---

[76] Eta Mamang Sangadji, *Metode Penelitian: Pendekatan Praktek dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2010), Cet. Ke-1, h. 190.

Observasi adalah metode untuk mengumpulkan dan mencatat data. Dalam kasus ini, pengamatan atau observasi dilakukan dalam bentuk terstruktur/terkontrol dengan detail yang telah disiapkan sebelumnya. Dalam penelitian ini, pengamatan dilakukan dalam dua tahap. Tahap pra-survei adalah tahap pertama, di mana data awal diperoleh untuk menentukan fokus kajian masalah. Tahap kedua adalah tahap survei, di mana data yang diperlukan dicari dan diperbarui.[77]

b. Wawancara

Sonhaji menyatakan bahwa wawancara adalah suatu percakapan yang dimaksudkan untuk mendapatkan pemahaman tentang konstruksi yang sedang berlangsung tentang individu, peristiwa, organisasi, perasaan, alasan pengakuan, dan sebagainya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, penulis menggunakan daftar pertanyaan sebagai pedoman wawancara untuk melakukan wawancara dengan narasumber dan informan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah Teknik untuk mendapatkan data tentang suatu masalah dengan menelusuri dan mempelajari data awal, seperti artikel dan jurnal. Disamping itu dilakukan penelusuran dan pengkajian terhadap berbagai tulisan yang berkaitan tentang Kepercayaan Konsumen terhadap Kehalalan Produk Kuliner UMKM di Kota Manado Perspektif Hukum Ekonomi Islam.[78]

F. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data menjelaskan prosedur dalam menganalisis data sesuai dengan pendekatan yang digunakan. Karena penelitian ini menggunakan metode kualitatif, maka teknik pengolahan data dilakukan dengan menyusun data dalam bentuk kalimat yang teratur, jelas, logis, tidak saling bertentangan, dan efektif, agar memudahkan pemahaman serta interpretasi data. Proses ini dilakukan melalui dua tahap, yaitu:

1. *Editing* (Pemeriksaan Data)

---

[77] Moehar Daniel*, Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), 56.

[78] Sigit Zulkifli Amir, *"Analisis Terhadap Putusan Verstek Perkara Perceraian Di Pengadilan Agama Manado",* (Skripsi, Manado, IAIN, 2023)

Editing adalah proses memeriksa data yang diperoleh, terutama untuk memastikan kelengkapan jawaban, keterbacaan tulisan, kejelasan makna, serta kesesuaian dan relevansi data dengan informasi lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan proses editing terhadap hasil wawancara dengan narasumber yang sering mengunjungi Kawasan Kuliner UMKM Jalan Flamboyan Kota Manado, serta beberapa referensi yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini.[79]

2. *Classifying* (Klasifikasi)

Classifying adalah proses pengelompokan data yang diperoleh, baik dari wawancara dengan subjek penelitian, pengamatan, maupun pencatatan langsung di lapangan atau observasi. Semua data yang diperoleh dibaca secara mendalam, kemudian dikelompokkan sesuai dengan kebutuhan. Langkah ini dilakukan agar data yang sudah terkumpul menjadi lebih mudah dipahami dan dibaca, serta memberikan informasi objektif yang diperlukan oleh peneliti. Selanjutnya, data-data tersebut dipindahkan ke dalam bagian-bagian yang memiliki kesamaan, berdasarkan informasi yang diperoleh selama wawancara dan referensi yang ada. [80]

3. *Verifying* (Verifikasi)

Verifying adalah proses memeriksa data dan informasi yang diperoleh dari lapangan untuk memastikan validitasnya agar dapat diterima dan digunakan dalam penelitian. Selanjutnya, proses ini dilakukan dengan mengonfirmasi kembali data yang telah diperoleh kepada subjek penelitian, dalam hal ini narasumber yang sering mengunjungi Kawasan Kuliner UMKM Jalan Flamboyan Kota Manado, untuk memastikan bahwa data yang didapatkan benar-benar valid dan tidak mengandung manipulasi.

4. *Concluding* (Kesimpulan)

Concluding adalah Langkah akhir dalam proses pengolahan data. Kesimpulan yang dihasilkan akan menjadi informasi terkait objek penelitian. Proses ini dikenal dengan istilah concluding, yaitu menyusun kesimpulan

---

[79] Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), 85.
[80] Lexy J, Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1993), 104-105.

berdasarkan empat proses sebelumnya: editing, classifying, verifying, dan analyzing.[81]

G. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif yang fokus pada kajian hukum ekonomi syariah terhadap transaksi jual beli. Proses analisis data melibatkan pencarian dan penyusunan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi secara sistematis, sehingga dapat memilih informasi yang penting dan relevan untuk dipelajari, serta menyusun kesimpulan yang mudah dipahami.[82] Pada proses analisis data merupakan suatu proses pemeriksaan data secara mendalam. Proses analisis ini bisa dilakukan secara bersamaan dengan pelaksanaan kegiatan pengumpulan data, walaupun sebagian besar ini dilakukan setelah data terkumpul. Dalam data ini menggunakan analisis kualitatif.

Data yang diperoleh merupakan kesimpulan yang didapat melalui proses penelitian kualitatif, seperti pengumpulan data yang kemudian disortir untuk menentukan mana data yang relevan, disajikan, dan selanjutnya dianalisis untuk menyimpulkan apakah ada temuan baru dalam penelitian, misalnya deskripsi yang sebelumnya abstrak namun setelah penelitian menjadi lebih jelas. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan sumber data yang diperoleh, kemudian data tersebut dianalisis dengan pendekatan induktif, di mana kesimpulan diperoleh dari fakta yang terjadi di lapangan, dalam hal ini informasi mengenai Kepercayaan Konsumen terhadap Kehalalan Produk Kuliner UMKM di Kota Manado dalam perspektif Hukum Ekonomi Islam.

Kesimpulan dari penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang dahulunya belum pernah ada. Temuan baru tersebut dapat berupa gambaran terhadap suatu objek yang sebelumnya belum jelas sehingga di teliti menjadi jelas. Dalam hal ini temuan baru tersebut merupakan dampak sosial dan pandangan serta Kepercayaan Konsumen Terhadap Kehalalan Produk Kuliner UMKM di Kota Manado Perspektif Hukum Ekonomi Islam.

---

[81] Nana Saudjana, *Proposal penelitian di Perguruan Tinggi*, (Bandung: Sinar baru Argasindo, 2002), 84.

[82] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung Alfabeta, 2007), 333.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, Pius. & Prasetya, Danu. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Arloka.

Adil, Sundari, Woran Djemly, dan Reitty Lilyanny Samadi. "*Pengaruh Aksesibilitas dan Perceived Enjoyment terhadap Keputusan Pembelian Pada Wisata Kuliner di Jalan Flamboyan Kecamatan Sario, Kota Manado*." Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 12, no. 03 (2024): 11921203. https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/57626.

Amin, Ali, Ramli Semmawi, dan Subkhani Kusuma Dewi. "*Exploring the Importance of Halal Tourism: Cultural Influences on Travel Accommodation Choices Among Middle-Class 'Santri' in West Java."* International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC) 8, no. 2 (2024): 239–56. https://e journal.uingusdur.ac.id/Ijibec/article/view/8894.

Amir, Sigit Zulkifli. *"Analisis Terhadap Putusan Verstek Perkara Perceraian Di Pengadilan Agama Manado",* Skripsi, Manado, IAIN, 2023.

Astuti, An Ras Try. "*Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*." IAIN Parepare Nusantara Press, 2022. http://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/5191/.

Azzochrah, Nurul Azizah, Nurhafni Aprilia, dan Fitri Wulandari. "*Memilih Makanan Halal di Daerah Minoritas: Bukti Empiris Pada Forum Jual Beli Online Facebook GPI*." Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics 3, no. 2 (2023): 121–35. https://ejournal.iain-manado.ac.id/index.php/maqrizi/article/view/770.

Daniel, Mochar. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2003.

Dede, Al Mustaqim. "*Sertifikasi halal sebagai bentuk perlindungan konsumen muslim: Analisis maqashid syariah dan hukum positif.*" AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics 1, no. 2 (2023): 54–67. http://www.jurnal.staialbahjah.ac.id/index.php/ab-joiec/article/view/26.

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahannya* (Jakarta Timur: PT. Maghfira Pustaka, 2006), 25.

Dikutip dari: *https://dilihatya.com/2236/pengertian-pengaruh-menurut-para-ahli*

Fadhila, Nadhifa, Istijabatul Aliyah, dan Chrisna Trie Hadi Permana. "*Pemanfaatan Ruang Publik Kawasan Kuliner sebagai Destinasi Wisata di Kota Padang Panjang, Sumatera Barat.*" Desa-Kota: Jurnal Perencanaan Wilayah, Kota, dan Permukiman 5, no. 1 (10 April 2023):

172–83. https://doi.org/10.20961/desa-kota.v5i1.69452.172-183.

Imam muslim dalam Svarh Sahih muslim, Imam Abi Zakariyya Yahya ibn Syaraf al Nawawi al-Dimasyqi, Jilid VI Hadis No 1599, Bayrut: Dar al-Fikr, 2000 M.

Isna, M. Ahyar, 2022, *"Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada C'Bezt Fried Chiken Cabang Sinjai)",*Skripsi, Sinjai, IAI Muhammadiyah Sinjai.

Jan, Radlyah Hasan., Bachdar, Fadlun Nabila., dan Hasan, Faradila. *"Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam"*, Arbitrase: Jurnal of Economics and Accounting, Vol. 3, No. 2, November 2022.

Juniwati, *Kesadaran Halal dan Religiusitas Individu dalam Keputusan Pembelian Makanan*, (Pontianak: Universitas Tanjungpura, 2022).

Kasnelly, Sri., Jalil, Abd. *"Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal Di Kuala Tungkal"*, Al-Mizan Jurnal Ekonomi Syariah 2, no. 1, Juni 2019.

Mahendrawati, Ni Luh Made, dan Ni Made Jaya Senastri. "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Melalui Sertifikasi Halal pada Produk Obat-obatan Berdasarkan Undang-Undang No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.*" Jurnal Preferensi Hukum 2, no. 2 (2021): 288–93. https://www.ejurnal.warmadewa.ac.id/index.php/juprehum/article/view/3324.

Mamonto, Anastasya. "*Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Transaksi Jual Beli Rumput Laut di Desa Nain Kecamatan Wori*." PhD Thesis, IAIN MANADO, 2024. https://repository.iain-manado.ac.id/id/eprint/1889.

Moch, Erina. Alfandi, dan Sari, Niken. *"Pengaruh Label Halal, Penetapan Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UD Putra Tanjung Prambon Nganjuk"*, Jurnal Online Mahasiswa Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 2, Nganjuk 2022.

Prayogo, Agung, Elly Warnisyah Harahap, dan Muhammad Hidayat. "*muslim Students, Philanthropic Movements and Political Practice: Narrative Study of The Ikatan Pelajar Al-Washliyah (IPA) in Serdang Bedagai, North Sumatra.*" Jurnal Sosiologi Agama: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama dan Perubahan Sosial 16, no. 2 (2022). http://repository.uinsu.ac.id/20043/.

Ramadhani, Atikah. "*Implementasi Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Umkm Di Kecamatan Beji Depok Studi Implementasi Undang-Undang Nomot 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.*" B.S. thesis, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.

https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/61188.

Reza, Robby Reza Zulfikri, dan M. Ilham Zainullah. "*Standarisasi dan Jaminan Halal Terkait Makanan dan Minuman di Indonesia.*" *I'THISOM: Jurnal Ekonomi Syariah 3, no. 1 (2024)I*: 414-37. https://ejorunal.staialutsmani.ac.id/index.php/ithisom/article/view/67.

Sangadji, Eta Mamang. *Metode Penelitian: Pendekatan Praktek dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2010).

Sasmito, Wiku Adi., 2008. *"Analisis Kebijakan Nasional MUI dan BPOM dalam Labeling Obat dan Makanan",* Case Study: Analisis Kebijakan Kesehatan, (Universitas Indonesia: Fakultas Kesehatan Masyarakat).

Sonhaji, Ahmad. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan*, Banjarmasi: Universitas Lambung Mangkurat, Program S2 Manajemen Pendidikan, 2003.

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung Alfabeta, 2007), 333.

Susanti, Era. *"Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Mahasiswa Membeli Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)"*, Skripsi, Banda Aceh, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019.

Tamara, Aditya. "*Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa muslim Institut Teknologi Sumatera)*." PhD Thesis, Uin Raden Intan Lampung, 2022. http://repository.radenintan.ac.id/18011/.

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang *Jaminan Produk Halal*

Wajdi, Farid. dan Susanti, Diana., 2021. *"Kebijakan Hukum Produk Halal Di Indonesia"* Jakarta: Sinar Grafika.

Wongso, Adinda. Hasil Observasi Penelitian di kawasan kuliner UMKM Jalan Flamboyan Kota Manado, pada Senin, 25 Oktober 2024.

Yazid bin 'Abdul Qadir Jawas, "*Halal Dan Haram Sudah Jelas"*, Media Elektronik, almanhaj.or.id, 2007, httpps://almanhaj.or.id/12129-halal-dan-haram-sudah-jelas.html.

Yusuf, Nasruddin, Suprijati Sarib, dan Willya Evra. "*The Difficulty of Finding Halal Food for muslim Minorities: Analysis of Maqashid Shariah.*" *Al-Istinbath: Jurnal Hukum Islam* 8, no. 2 November (2023): 325–46. https://journal.iaincurup.ac.id/index.php/alistinbath/article/view/8182.

Zikti, Muhammad Afdhal. *"Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Fast Food Di Kelurahan Langgini Bangkinang*

Kota Kabupaten Kampar", Skripsi, Riau, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2023.

Zubair, Muhammad Kamal. "*(Book) Implementasi Etika Bisnis Islam*", Iain Parepare, 2023. http://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/5222/.