

QS. AL-MAIDAH AYAT 88: LABEL HALAL SEBAGAI PENGARUH KEPUTUSAN BELI

Syahrita Yuliatul Hamdanah

Prodi Manajemen Bisnis Syariah, STEI Hamfara, Yogyakarta

syahritayuli@gmail.com

Riwayat Artikel		
Diterima: 22/2/2023	Disetujui: 3/3/2023	Dipublish: 14/3/2023

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal dalam keputusan beli konsumen muslim yang terinspirasi dari QS. Al-Maidah ayat 88. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dengan interview sederhana dan dokumentasi dari beberapa artikel, pustaka, dan dokumen-dokumen lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen muslim mempertimbangkan label halal ketika mau membeli produk tertentu, mengingat keterikatannya pada syariat Islam yang termaktub di QS Al-Maidah ayat 88. Kontribusi penelitian ini terhadap dunia akademis adalah adanya pendekatan baru berupa inspirasi dari al-Qur'an dalam metodologi melihat obyek penelitian.

Kata Kunci: label halal, keputusan beli konsumen, al-Qur'an

ABSTRACT: *This study aims to determine the influence of halal labels in the buying decisions of Muslim consumers inspired by QS. Al-Maidah ayat 88. The method used to collect information with simple interviews and documentation from several articles, libraries, and other documents. The results showed that Muslim consumers consider halal labels when they want to buy certain products, considering their attachment to Islamic law as stated in QS Al-Maidah verse 88. The contribution of this research to the academic world is the existence of a new approach in the form of inspiration from the Qur'an in the methodology of looking at the object of research.*

Keywords: *halal label, consumer buying decision, Qur'an*

PENDAHULUAN

Saat ini manusia hidup di era 4.0 yang menggambarkan bahwa teknologi digital sudah sedemikian maju ditandai dengan informasi semakin cepat melintasi batas ruang dan waktu. Walaupun demikian kebutuhan manusia akan pangan, sandang dan papan atau yang disebut kebutuhan primer tetap menjadi kebutuhan prioritas untuk dipenuhi dalam sepanjang sejarah peradabannya (Sri Wahyuni Hasibuan, Hasbi Ash Shiddieqy, Al Haq Kamal, Rusny Istiqomah Sujono, Andi Triyawan, Mohammad Zen Nasrudin Fajri, Abdul Muizz Abdul Wadud, Yuana Tri Utomo, Surepno, Zein Muttaqin, Abd Misno, Imam Asrofi, Rakhmawati, Farid Adnir, 2021). Indonesia yang memiliki populasi penduduk terbesar keempat di dunia tentu memerlukan kebutuhan pangan yang besar. Kebutuhan mie instan sebagai alternatif sumber karbohidrat yang terkesan lebih praktis dan cepat untuk dikonsumsi juga dapat dikatakan sebagai pangan pendamping bagi penduduk Indonesia. Tahun 2019 muncul tren makanan baru di Indonesia yaitu Mie Samyang dari Korea Selatan. Banyak Youtuber yang melakukan challenge dan mengulas mengenai kelezatan Mie Samyang sehingga mie ini semakin diminati di Indonesia. Faktanya, Mie Samyang di Indonesia mempengaruhi minat seseorang terhadap pembelian dan tentu berdampak pada keputusan pembelian Mie Samyang dibandingkan merek mie lainnya. Keputusan pembelian produk Mie Samyang bagi calon pembeli bisa dipengaruhi oleh banyak faktor (Maharani dkk, 2021: 99).

Faktor-faktor yang dominan dalam pikiran konsumen ini akan mempengaruhi penilaian akan merek mie instan. Faktor tersebut bisa berkaitan kehalalan mie, kualitas mie, serta preferensi merek dari konsumen tersebut. Awal beredarnya produk Mie Samyang di Indonesia, konsumen sempat mengalami keragu-raguan dalam membeli produk ini. Hal ini dikarenakan pada masa awal beredarnya, Mie Samyang belum memiliki label halal. Terlebih, pada 2017 BPOM sempat menarik peredaran produk Mie Samyang dan mencabut izin edarnya karena terdapat indikasi mengandung babi. Hingga pada September 2017, Mie Samyang yang beredar di Indonesia berhasil mendapatkan sertifikasi halal. Sertifikat halal ini diperoleh setelah melalui serangkaian proses pengujian yang ketat dan memenuhi persyaratan halal yang ditetapkan oleh LPPOM MUI sebagai regulator produk halal di Indonesia. Produsen Mie Samyang menyebutkan bahwa sertifikat halal ini merupakan wujud komitmen perusahaan kepada konsumen dalam menjamin kehalalan serta keamanan pangan dari setiap produk Samyang yang dikonsumsi. Faktor labelisasi halal pada produk makanan termasuk mie instan dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Kaitan pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian pernah diteliti oleh Ismunandar, dkk (2021) dengan temuan yang telah diolah datanya dengan analisis regresi linier berganda menyimpulkan bahwa labelisasi halal dan kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM di kota Bima.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan sebelumnya maka penelitian ini penting untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal keputusan beli konsumen, khususnya bagi konsumen muslim lebih khusus lagi adalah penikmat mie instan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya bagi peneliti sendiri, yaitu memiliki kesempatan menerapkan ilmu selama perkuliahan dalam bentuk menerapkan metode ilmiah untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen. Manfaat

lain bagi dunia akademisi lebih luas adalah dikenalkannya metode rasional ekonomi Islam yang mengcau pada al-Qur'an dan al-Hadits, karena sumber Islam yang asli pada awalnya memang dari kedua referensi tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif. Informasi diambil dari wawancara dan sumber-sumber dokumentasi seperti artikel-artikel di jurnal dan buku-buku diperpustakaan. Dokumentasi adalah data tentang apa apa saja yang berupa benda yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau aktifitas tertentu atau benda-benda tertulis bisa berupa rekaman audio ataupun dokumen tertulis seperti buku, catatan , transkrip, database, surat, atau gambar. Data dianalisis dengan melakukan pengorganisasian data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan kemudian membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada dalam tulisan ini.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen muslim mempertimbangkan label halal ketika mau membeli produk tertentu, mengingat keterikatannya pada syariat Islam yang termaktub di QS Al-Maidah ayat 88 sebagai berikut:

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

Artinya: "Dan makanlah yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezkikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya".

Islam datang ketika umat manusia dalam keadaan yang tidak stabil (zaman jahiliyah) dalam mengonsumsi makanan secara berlebihan dan tidak teratur serta tidak tahu apa hukumnya, pada saat itu umat manusia dalam kebodohan oleh karena itu Allah menurunkan agama Islam untuk mengatur kehidupan umat manusia di bumi (mengatur makanan yang halal dan yang dilarang oleh Allah). Agama Islam merupakan agama yang sangat bijak dalam mengatur umatnya agar tidak memakan makanan yang haram dengan menjelaskan semua yang halal dimakan maupun yang diharamkan. Allah telah menciptakan bumi lengkap dengan isinya agar manusia dapat memilih dan tidak mengikuti langkah-langkah syaitan yang selalu menggoda manusia untuk mengikuti jalanya (Qardhawi, 1993: 4).

Kata Halal dalam bahasa Arab berasal dari kata Halla, yahillu, hillan, yang berarti membebaskan, melepaskan, memecahkan, membubarkan, dan membolehkan. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya, lawan kata dari halal ini adalah haram yang berarti dilarang atau tidak diperbolehkan, menurut Wiku dan Adisasmito (2010:4). Pengertian Halal menurut Deli dan Ali (2002:252) adalah segala sesuatu yang diijinkan (dalam hukum) sesuatu yang di dapat dari jalan baik atau melanggar syari'at. Sedangkan menurut Zuhdi (2004:11) Halal merupakan lawan dari kata haram yaitu sesuatu yang dituntut oleh agama untuk ditinggalkan dengan tuntutan yang pasti baik dalilnya Qath'i maupun dalil.

Sertifikat halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat islam. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal pada kemasan suatu produk. Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi kehalalan sesuai dengan syariat islam. Dalam tataran yang paling sederhana, halal bagi produsen berarti produk yang dihasilkan tidak mengandung bahan-bahan yang secara syariat dilarang, seperti daging babi dan khamr. Menurut LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia), yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai syari'at islam (www.wikipedia.org).

Syarat kehalalan produk tersebut meliputi: tidak mengandung babi dan bahan-bahan yang berasal dari babi, tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti; bahan yang berasal dari organ manusia, darah, dan kotoran-kotoran; semua bahan yang berasal dari hewan yang disembelih dengan syariat Islam; semua tempat penyimpanan tempat penjualan pengolahan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi; jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat. Prinsip halal dan baik itu hendaklah senantiasa menjadi perhatian dalam menentukan makanan dan minuman yang akan dimakan untuk diri sendiri dan untuk keluarga, karena makanan dan minuman itu tidak hanya berpengaruh terhadap jasmani melainkan juga terhadap rohani. Allah SWT berfirman di dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 172:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah dari rezeki yang baik yang Kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.

Allah SWT memerintahkan manusia agar mengkonsumsi makanan dan minuman yang sifatnya halal dan baik. Makanlah dari rezeki yang baik yang sehat, aman, dan tidak berlebihan, dari yang Kami berikan kepada kamu melalui usaha yang kamu lakukan dengan cara yang halal. Allah juga telah menciptakan bumi lengkap dengan isinya agar manusia dapat memilih dan tidak mengikuti langkah-langkah syaitan yang selalu menggoda manusia untuk mengikuti jalannya. Dan bersyukurlah kepada Allah dengan mengakui bahwa semua rezeki berasal dari Allah dan kamu harus memanfaatkannya sesuai ketentuan Allah jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.

Labelisasi halal merupakan salah satu poin penting di dalam penelitian ini. Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan atau produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Dalam perspektif produsen, label halal juga memiliki makna penanda atau informasi, bahwa produk yang dihasilkan oleh industri memenuhi ukuran dan standar syariat suci zat-nya dari hal-hal yang tercemar, begitu pula prosesnya yang tidak terkontaminasi oleh hal-hal yang dilarang oleh syariat islam. Menurut peraturan pemerintah Nomor 69 tahun 1999, tentang label halal dan iklan pangan yaitu, setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau berbentuk lain yang disertakan dalam

pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan pangan. Pada pasal 10 ayat 1 tentang label dan iklan pangan, setiap orang yang memproduksi dan mengemas pangan yang dikemas keseluruhan wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan halal pada label. Labelisasi halal adalah pencantuman atau penulisan pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut adalah merupakan produk halal (Sukesti & Mamdukh, 2014:151).

Burhanuddin (2011:140) menyatakan bahwa label halal merupakan sebuah tanda yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan pada kemasan produk dan atau pernyataan label yang menunjukkan bahwa produk yang dimaksudkan adalah berstatus sebagai produk halal. Label halal dicantumkan di sebuah produk pada kemasan produk tersebut jika sudah mendapatkan sertifikat halal oleh BPOM MUI yang bertujuan untuk memberikan kepastian hukum, dan juga sebagai perlindungan terhadap konsumen.

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa konsumen muslim mempertimbangkan label halal ketika mau membeli produk tertentu karena terikat pada syariat Islam dalam QS Al-Maidah ayat 88. Oleh karena itu labelisasi halal pada setiap produk menjadi sangat penting dilakukan oleh semua stake holder, baik Negara dalam hal ini kementerian kesehatan, agama, pangan, BPOM, MUI dan perusahaan-perusahaan yang memproduksi segala sesuatu yang dikonsumsi oleh umat manusia, khususnya umat Islam di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Sri Wahyuni Hasibuan, Hasbi Ash Shiddieqy, Al Haq Kamal, Rusny Istiqomah Sujono, Andi Triyawan, Mohammad Zen Nasrudin Fajri, Abdul Muizz Abdul Wadud, Yuana Tri Utomo, Surepno, Zein Muttaqin, Abd Misno, Imam Asrofi, Rakhmawati, Farid Adnir, U. S. M. (2021). Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam. In A. Triyawan (Ed.), *Media Sain Indonesia* (1st ed.). Media Sain Indonesia.
https://play.google.com/store/books/details/Sejarah_Pemikiran_Ekonomi_Islam?id=g2IUEAAQBAJ&hl=en_US&gl=US
- Adisaputra, C. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi dan Iklan terhadap Brand Preference Komunitas Mobil Honda di Surabaya*. Agora, Volume 5, No.2.
- Agustian, E. (2013). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.Studi Kasus Pada Produk Wall's Conello*. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, Volume 1, No. 2. hal 169 - 178.
- Aksa, R.T. (2011). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Andini, V., Akbar, D. A. & Maulana, C. Z. (2021). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Pempek Di Kota Palembang*. Forum Bisnis dan Kewirausahaan, Volume 10, No.2.
- Anshori, M. & Iswati, S. (2009). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Ardianti, Y. & Samboro, J. (2020). *Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Pizza Hut Soekarno Hatta Malang*. Jurnal Aplikasi Bisnis Volume 6. hal 5-8.
- Asy'arie, M. (2018). *Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi, Dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang*. Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Bulan, T. P. L. (2016). *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang*. Jurnal Manajemen dan Keuangan, Volume 5, No.1, 430-439.
- Burhanuddin. (2011). *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Chen, C. F. & Chang, Y. Y. (2008). *Airline Brand Equity, Brand Preference and Purchase Intentions The Moderating Effects of Switching Costs*. Journal of Air Transport Management, No.14, 40-42.
- Desmayonda, A., & Trenggana, A. (2019). *Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian dengan Religiusitas sebagai Variabel Intervening Di Mujigae Resto Bandung*. Dinamika Ekonomi - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Volume 12, No. 1, 180-196.
- Dewi, P. A. S., Wulandari, N. L. A. A., & Suputra, G. A. (2021). *Pengaruh Brand Trust dan Brand Preference Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihoe*. Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Parwisata, Volume 1, No. 4, 1343-1356.
- Fauzi, M. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Semarang: Walisongo Press.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan. Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismunandar, I., Muhajirin, M., & Haryanti, I.. (2021). *Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM di Kota Bima*. Jurnal Inovasi Penelitian Volume 2.. hal 161-166.

- Kottler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kamilah, G. (2017). *Pengaruh Labelisasi Halal dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 2.
- Maharani, N., Handayani, T., & Priyatno, P. D. (2021). *Analisis Keputusan Pembelian Mie Samyang Halal Di Jakarta*. Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa, Volume 6, No. 2, 99 - 110.
- Martono, N. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: PT Grasindo.
- Pamungkas, G. A. & Ratmono, R. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek, Preferensi Merek Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Zoya Di Kalangan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Di IAIN Metro). Jurnal Manajemen Diversifikasi, Volume 3, No.1.
- Pratama, D. K. & Sugiyono. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 9, No.7.
- Qardhawi, M. Y. (1993). *Halal dan Haram Dalam Islam*. Semarang: PT. Bina Ilmu.
- Rahmi. (2018). *Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen di Pajus Medan)*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Rangkuti, F. (2010). *Strategi Promosi dan Kreatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Saidani, B. & Arifin, S. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Volume 3, No.1, 1-22.
- Samad, T. F. D. (2019). Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Preferensi Konsumen pada Restoran Pizza Hut dan KFC di Yogyakarta. Falah: Jurnal Ekonomi Syariah, Volume 4, No. 1, 1–9.
- Sari, R. S. (2018). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang (Studi pada Kecamatan Medan Baru Kelurahan Padang Bulan)*. Skripsi. Medan: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
- Solimun. (2012). *Analisis Variabel moderasi dan Mediasi*. Malang: Program Studi Statistika FMIPA Universitas Brawijaya.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhodo, E.T. (2014). *Peluang Usaha Produk Halal di Pasar Global: Perilaku Produsen dalam Memproduksi Produk Halal*. Jakarta: LIPI PRESS.
- Utami, W. B. (2013). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survei pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An-nisa Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga.
- Widodo, T. (2015). *Pengaruh Labelisai Halal dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen pada Produk Indomie (studi kasus mahasiswa universitas muhammadiyah surakarta)*. Skripsi, Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Yuningsih, Y. Y., Raspati, G., Riyanto, A. & Rahayu, Y. (2022). *Refleksi Persepsi dan Preferensi Merek Terhadap Institusional Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, Volume 20, No. 1.