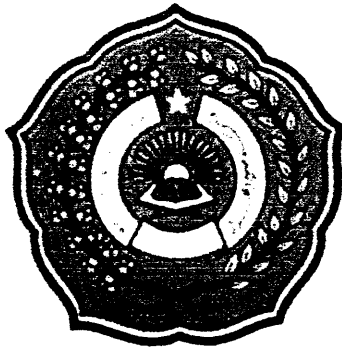


SIKAP KONSUMEN MUSLIM TERHADAP
LABEL HALAL DI PASAR SWALAYAN GIANT
KREO

Skripsi ini Diajukan
Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Syariah (S.Sy)



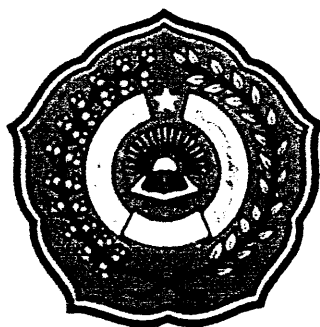
Oleh :

Nashriyatul Wara' Al Hasyim
NIM. 11110602

**JURUSAN MUAMALAH FAKULTAS
SYARIAH
INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IIQ)
JAKARTA
1433 H/ 2012 M**

SIKAP KONSUMEN MUSLIM TERHADAP
LABEL HALAL DI PASAR SWALAYAN
GIANT KREO

Skripsi ini Diajukan
Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Syariah (S.Sy)



Oleh :

Nashriyatul Wara' Al Hasyim

NIM. 11110602

Pembimbing:

Dr. Hj. Muzzayyanah, MA

**JURUSAN MUAMALAH FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IIQ)
JAKARTA
1432 H/ 2011 M**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “*Sikap Konsumen Terhadap Label Halal di Pasar Swalayan Giant Kreo*” yang disusun oleh Nashriyatul Wara’ Al-Hasyim Nomor Induk Mahasiswa: 11110602 telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan ke sidang munaqasyah.

Jakarta, 10 Agustus 2016

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muzzayyanah', with a horizontal line underneath.

Dra. Hj. Muzzayyanah, MA

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Sikap Konsumen Terhadap Label Halal di Pasar Swalayan Giant Kreo” oleh Nashriyatul Wara’ Al-Hasyim dengan NIM 11110602 telah diujikan pada sidang Munaqasyah Fakultas Syariah Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Jakarta pada tanggal 19 Agustus 2016 skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.H)

Jakarta, Agustus 2016

Dekan Fakultas Syariah

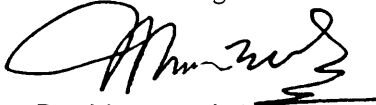
Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Jakarta



Dra. Muzayyanah, MA


Sidang Munaqosah

Ketua Sidang



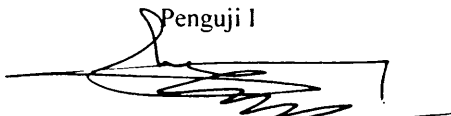
Dra. Muzayyanah, MA

Sekretaris siding



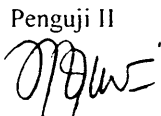
Siti Zaenab, S.Sy

Penguji I



Dr. Hj. Nadjematul Faizah, SH.M.Hum

Penguji II



Dr. Hj. Romlah Widayati, MA

PERNYATAAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nashriyatul Wara' Al-Hasyim

NIM : 11110602

Tempat/Tagl Lahir : Jakarta, 22 Oktober 1992

Menyatakan bahwa **skripsi** yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Program Sarjana Strata Satu (S.1) Fakultas Syariah Jurusan Muamalah dengan judul: ***“Sikap Konsumen Terhadap Label Halal di Pasar Swalayan Giant Kreo”*** adalah benar-benar asli karya saya kecuali kutipan-kutipan yang sudah disebutkan. Kesalahan dan kekurangan di dalam karya ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernytaan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jakarta, 10 Agustus 2016

Hormat Saya,



Nashriyatul W.



PERSEMBAHAN

Terima Kasih ku ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga saya bias menyelesaikan skripsi ini.

Kepada Bapak dan Ibu Dosen terima kasih atas segala ilmu yang telah diberikan kepada saya, semoga kelak menjadi bermanfaat. Amin

Dan tak lupa kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan kasih sayang, doa dan motivasi. Terima Kasih banyak jasa mu tidak akan pernah bias terbalas oleh apapun.

Kakak-kakak dan adik yang memberikan dukungan dan menyemangati penulis sehingga bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih juga untuk sahabatku Listiani Wijayanti yang telah memberikan saran untuk skripsi ini.

MOTTO

**Siapa yang bersungguh-sungguh
pasti berhasil**

**Siapa yang bersabar pasti
beruntung**

**Siapa menapaki jalan-Nya akan
sampai ke tujuan**

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan nikmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Sikap Konsumen Terhadap Label Halal di Pasar Swalayan Giant Kreo”**.

Saya ucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu saya menyelesaikan penyusunan skripsi ini, baik moril maupun materil, khususnya kepada :

1. Prof. DR. Hj. Khuzaemah. T. Yanggo, MA, selaku Rektor Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta beserta jajaran staffnya yang telah memfasilitasi penulis selama proses pembelajaran.
2. Ibu Dra. Hj. Muzzayyanah, MA selaku Dekan Fakultas Syariah sekaligus Dosen Pembimbing. Terima kasih atas kesabaran

dan keikhlasan ibu dalam membimbing saya sehingga terselesaikan skripsi ini.

3. Seluruh Dosen Fakultas Syariah yang telah memberikan banyak ilmunya kepada penulis.
4. Orang Tua saya buyahanda KH. Tasmuni Al-Hasyim dan Uminda Yusra Aisyah BA yang telah memberikan saya dukungan dari segi moril maupun materil dan terima kasih atas doa, dukungan, kasih sayang dan ridhonya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Martin selaku HRD di pasar Swalayan Giant Kreo yang telah memberikan izin kepada penulis dalam penelitian ini hingga dapat berjalan dengan baik dan lancar.
6. Abangda Muhammad Ghaddafi Al-Hasyim, kakanda Siti Fathimah Tuz Zahra Al-Hasyim, Abangda Muhammad Syahid Fudholi Al-Hasyim, Kakanda Wiwit Fathimah dan Adinda Muhammad Nazmil Wafa Al-Hasyim. Yang selalu memberikan motivasi,

doa kasih sayang dan canda tawa yang menghibur penulis.

7. Special to Machrus yang selalu memberikan motivasi, doa, kasih sayang dan canda tawa yang menghibur penulis.
8. Teman-teman Fakultas Syariah 2011 yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih motivasi dan doanya.
9. Saudara, kerabat, teman, sahabat yang namanya tak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas segala doanya.

Terakhir kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah ikut berpartisipasi dalam penulisan skripsi ini. Dengan tidak mengurangi rasa hormat kepada kalian semua, penulis mengucapkan banyak terima kasih. Semoga Allah memberikan yang terbaik untuk kita semua.

Akhirnya kepada-Nya lah penulis serahkan segala urusan ini. Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita

semua dan menambah ilmu pengetahuan
walaupun belum sepenuhnya optimal.

Jakarta, 10 Agustus 2016

Nashriyatul Wara' Al-
Hasyim

NIM. 11110602

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiv
ABSTRAKSI	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	15
C. Rumusan Masalah.....	16
D. Tinjauan Penelitian	17
E. Tinjauan Pustaka.....	18
F. Metode Penelitian	21
G. Sistematika Penulisan.....	23
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Sikap	
1. Sikap	25
2. Ciri-ciri Sikap	29

3. Karakteristik Sikap	30
4. Macam-macam sikap	32
5. Akhlaq	33
6. Dasar hukum Akhlaq	37
7. Macam-macam Akhlaq.....	44
8. Tujuan Akhlaq	51
B. Pengertian Konsumen	
1. Konsumen.....	53
2. Macam – macam Konsumen	55
3. Hak dan Kewajiban Konsumen	60
4. Pengertian Sikap Konsumen.....	65
C. Pengertian Halal	
1. Halal.....	69
2. Kriteria Halal Dalam Islam.....	74
3. Pengertian Label	83
4. Pengertian Labelisasi Halal	86

BAB III GAMBARAN UMUM MUI

A. Sejarah Berdirinya MUI	
1. Sejarah MUI	95
2. Peran utama MUI.....	99
3. Fungsi MUI.....	99
B. Visi dan Misi MUI	101

C. Struktur Organisasi MUI.....	102
D. Prosedur Labelisasi Halal	
1. Persyaratan Sistem Jaminan Halal.....	106
2. Masa Berlaku Label Halal	108
3. Pengawasan Makanan Label Halal.....	111
E. Sertifikasi Halal MUI	
1. Pengertian Sertifikasi Halal	115
2. Tujuan Sertifikasi Halal	118
3. Proses Sertifikasi Halal.....	119
4. Persyaratan Sertifikasi Halal	125
5. Pengawasan Sertifikasi Halal	132
6. Prosedur Sertifikasi Halal	138

BAB IV ANALISIS DATA KONSUMEN DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP LABEL HALAL

A. Metode Konsumen Dalam Memilih Label Halal Dikemasan Makanan atau Minuman.....	141
B. Deskripsi Data Konsumen.....	144
C. Analisis Sikap Konsumen Terhadap Label Halal	172

D. Hasil Wawancara dengan Supervisor	178
E. Analisis Data Konsumen.....	179
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	182
B. Saran-saran.....	183
DAFTAR PUSTAKA.....	184
LAMPIRAN	

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

TRANSLITERASI Arab-Latin yang digunakan dalam Skripsi ini berpedoman kepada buku “Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi” yang diterbitkan oleh Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Jakarta, Jakarta Press, Cetakan kedua, Mei tahun 2011:

1. Konsonan

ا	: a	ط	: th
ب	: b	ظ	: zh
ت	: t	ع	: ‘
ث	: ts	غ	: gh
ج	: j	ف	: f
ح	: h	ق	: q
خ	: kh	ك	: k
د	: d	ل	: l
ذ	: dz	م	: m
ر	: r	ن	: n
ز	: z	و	: w
س	: s	ه	: h
ش	: sy	ء	: ,
ص	: sh	ي	: y
ض	: dh		

2. Vokal

Vokal Tunggal	: Fathah	: a
	Kasrah	: i
	Dhamah	: u

Vokal Panjang	: ا : â : ي : î
Vokal Rangkap	:ي: ai و: au

3. Kata Sandang

- a. Kata sandang yang diikuti huruf-huruf *al-qomariyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf l (el).

Contoh:

البقره : al-Baqarah

المدينه : al-Madinah

- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf-huruf *asy-syamsiyah*, ditrasliterasikan dengan huruf-huruf *asy-syamsiyah* yang mengikutinya.

Contoh:

الرجُل : Ar-Rajulu

السَيِّده : As-Sayyidah

الشَّمْسُ : Asy-Syamsu

ABSTRAKSI

Nashriyatul wara' Al-Hasyim Sikap Konsumen Terhadap Label Halal di Pasar Swalayan Giant Kreo.

Sikap merupakan sesuatu yang mengarah pada tujuan yang dihadapi dalam bentuk tindakan, ucapan, perbuatan, maupun emosi seseorang. Sikap konsumen merupakan suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah-masalah yang baik ataupun kurang baik secara konsekuen. Sikap melibatkan tiga komponen yang saling berhubungan. konsumen adalah setiap orang atau individu yang harus dilindungi selama tidak memiliki kapasitas dan bertindak sebagai produsen, pelaku usaha dan pembisnis.

Penelitian ini dilakukan di Pasar Swalayan Giant Kreo Tangerang. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana sikap konsumen terhadap label halal dan penting atau tidaknya label halal pada kemasan produk yang menjadi peminat konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah 25 orang konsumen. Serta yang menjadi objeknya adalah label halal yang terdapat dalam kemasan produk yang dijual di Pasar Swalayan Giant Kreo Tangerang.

Hasil dari penelitian ini adalah sikap konsumen yang terdapat di Pasar Swalayan Giant Kreo Tangerang adalah lebih banyak konsumen yang

memperhatikan label halal dan sebagian lainnya tidak memperhatikan label halal. Konsumen yang tidak memperhatikan label halal karena tidak mengetahui tentang label halal tersebut. Dalam hal ini jelaslah diperlukan sosialisasi kepada konsumen tentang adanya label halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), agar kedepannya konsumen lebih memperhatikan produk-produk yang akan digunakan yang didalamnya terdapat label halal.

Hasil dari wawancara penulis dengan *Supervisor* Giant Kreo adalah seperti yang diketahui oleh kita semua bahwa mayoritas masyarakat di kota Tangerang terutama Kreo adalah Muslim. *Supervisor* tersebut pernah memperhatikan konsumen yang berbelanja di Giant Kreo tetapi masih banyak konsumen yang kurang memperhatikan label halal, karena biasanya konsumen mengambil produk yang biasa mereka gunakan. Di Giant Kreo ini tidak hanya produk yang berlabel halal MUI saja tetapi juga ada produk yang tidak berlabel halal MUI contohnya hanya tulisan halal saja. *Supervisor* melihat adanya peningkatan omset penjualan karena label halal tersebut sangat mempengaruhi saat bulan puasa seperti ini.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat Muslim di seluruh dunia telah membentuk segmen pasar yang potensial dikarenakan pola khusus mereka dalam mengonsumsi suatu produk. Pola konsumsi ini diatur dalam ajaran Islam yang disebut dengan syariat Islam.¹ Dalam ajaran syariat, tidak diperkenankan bagi kaum Muslim untuk mengonsumsi produk – produk tertentu karena substansi yang dikandungnya atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran Islam tersebut.² Konsumen merupakan seorang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

¹ Rustam Efendi “*Sertifikat Halal Juga Untungkan Produsen*”, diakses tanggal 4 Desember 2015 dari <http://gagasanhukum.wordpress.com>.

² Departemen Agama RI *Sistem dan Prosedur Penetapan Fatwa MUI* (Jakarta, 2003) h.2

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer*, secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Suatu barang yang digunakan atau dipakai oleh konsumen itu dihasilkan oleh sebuah perusahaan atau juga disebut dengan Produsen³. Dalam hal ini produsen merupakan orang yang memakai atau memanfaatkan barang dan jasa hasil produksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Produksi merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan.

Perilaku konsumen merupakan proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi

³ Setiap orang atau perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama – sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi

memenuhi kebutuhan dan keinginan.⁴ Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.⁵ Untuk barang berharga jual rendah (*low-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang.

Perilaku permintaan konsumen terhadap barang dan jasa akan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah pendapatan, selera konsumen, dan harga barang. Setiap hari kita melakukan pemilihan atau menentukan skala prioritas karena kebutuhan yang tidak terbatas sedangkan sumber daya yang tersedia sangat terbatas. Dalam hal ini konsumen jarang sekali memilih suatu produk dengan melihat label halal. Karena bagi para konsumen harga produk

⁴ McGraw-Hill, *Principles of Advertising & IMC, Second Edition.*, Inc. Bab 5

⁵ Kincaid, Judith. 2003. *Customer Relationship Management: Getting it Right.* Prentice-hall, Inc. Page 298

sangatlah penting dan harga barang tergantung juga dengan produk tersebut.⁶

Adapun labelisasi halal suatu perizinan pemasangan kata “HALAL” pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh Badan POM. Izin pencantuman label halal pada kemasan produk makanan yang dikeluarkan oleh Badan POM didasarkan rekomendasi MUI dalam bentuk sertifikasi halal MUI. Sertifikasi halal MUI dikeluarkan oleh MUI berdasarkan hasil pemeriksaan LP POM MUI.⁷ Menurut Stanton dan J William label bagian sebuah produk yang membawa informasi tentang produk atau tentang penjualnya. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau pula tanda pengenal yang dicantumkan pada produk. Stanton dan J william membagi label kedalam tiga klasifikasi yaitu Brand Label, yaitu merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan.

⁶ Danang Sunyoto, *Praktik Riset Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta:CAPS,2014), cet. 1, h. 3

⁷ Aisjah Girindra, *pengukir Sejarah Sertifikasi Halal*, (Jakarta: LP POM MUI, 2005), Cet. ke- 1, h. 69

Descriptive Label, yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi/pembuatan, perhatian/perawatan, dan kinerja produk, serta karakteristik-karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk. Grade Label, yaitu label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk dengan suatu huruf, angka, atau kata.⁸

Label dalam peraturan pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan kedalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan.⁹ Sertifikat halal dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia setelah ditetapkan status kehalalannya oleh Komisi Fatwa MUI, yang masa berlakunya hanya

⁸ William J Stanto, Michael J. Etzel & Bruce J. Walker, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Bandung: Mandar, 1994)

⁹ Pasal 1 ayat 3 Pengaturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan.

dua tahun sejak tanggal penetapannya.¹⁰ Sertifikasi halal yang diterbitkan MUI berdasarkan Sidang Komisi Fatwa telah mendapatkan legitimasi yang kuat,¹¹ menjadi landasan dan pijakan kewenangan Departemen Kesehatan. Untuk mendukung kebenaran pernyataan halal pada produk makanan tersebut, PP Nomor 69 Tahun 1999 mensyaratkan setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas kedalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan, wajib memeriksakan terlebih dahulu pangan tersebut pada lembaga pemeriksa yang telah diakreditasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan yang berlaku.¹²

Pemahaman yang semakin baik tentang agama membuat konsumen Muslim menjadi selektif dalam pemilihan produk yang

¹⁰ Aisjah Girindra, *pengukir Sejarah Sertifikasi Halal*, (Jakarta: LP POM MUI, 2005), Cet. ke- 1, h.126

¹¹ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999

¹² Pasal 11 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan.

dikonsumsi.¹³ Khusus di Indonesia konsumen Muslim dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk – produk yang dikonsumsi oleh konsumen Muslim di Indonesia. Lembaga ini adalah Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, Kosmetik, Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Lembaga ini mengawasi produk yang beredar dimasyarakat dengan cara memberikan sertifikasi halal sehingga produk yang memiliki sertifikasi halal tersebut dapat memberikan label halal pada produknya. Artinya produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur – unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam, atau produk tersebut telah menjadi kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen Muslim.¹⁴

¹³ Anto Apriyanto Nurbowo, “Aku Ingin Yang Halal” di akses tanggal 26 Juni 2015

¹⁴ Retno Sulistyowati “Labelisasi Halal” di akses tanggal 26 Juni 2015

Makanan atau *tha'am* dalam bahasa Al-Qur'an adalah segala sesuatu yang dimakan atau dicicipi.¹⁵ Dan pengertian makanan yang lain adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber kehidupan dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengelolaan, dan pembuatan makanan dan minuman.¹⁶ Makanan atau minuman dibagi menjadi 2 jenis yaitu makanan yang halal dan makanan yang baik. Dalam kehidupan ini hendaklah kita memasukkan makanan atau minuman yang baik untuk tubuh kita, makan atau minuman yang baik itu adalah yang halal, karena jika kita memakan makanan yang baik maka baik pulalah tubuh kita, dan sebaliknya, jika kita memakan makanan yang

¹⁵ Tim Baitul Kilmah Yogyakarta *Ensiklopedia pengetahuan Al-Qur'an dan Hadist* jilid 2 bab 7(Jakarta: kamil Pustaka,2013) cet 1, h. 373

¹⁶ Pasal 1 ayat 1 undang – undang Nomor 7 Tahun 1996

haram atau tidak baik, maka tubuh kita pun menjadi tidak baik.

Makanan halal merupakan suatu pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik yang menyangkut bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahann pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi pangan, dan yang pengelolaannya dilakukan sesuai dengan hukum agama Islam.¹⁷ Produk haram, adalah memperdagangkan barang – barang yang telah dilarang dan diharamkan oleh Al-Qur'an dan Sunnah.¹⁸ Hal ini tentu saja sangat berkaitan dengan keselamatan konsumen dalam membeli barang dagangan tersebut, baik keselamatan jasmaniah maupun keselamatan rohaniyah. Maka ini lah yang harus diperhatikan oleh suatu

¹⁷ Pasal 1 ayat 5 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan.

¹⁸ QS. *Al-Baqarah* (2):275,276,278,279; QS. *Ali Imran* (3): 130; QS. *Ar Rum* (30):39.

konsumen untuk mengonsumsi suatu produk pangan, bukan hanya konsumen tetapi juga produsen yang membuat suatu pangan yang menggunakan label halal.¹⁹ Produk haram dengan label halal yang beredar dimasyarakat akan mempunyai dampak negatif, tidak hanya berpengaruh pada perusahaan itu sendiri, tetapi juga bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat dan bangsa pada umumnya. Terkait dengan penggunaan label halal secara illegal tersebut, mengharuskan adanya pengaturan yang secara ketat mengatur tentang label halal secara khusus.²⁰

Pengawasan juga dilakukan oleh permintaan dari konsumen. Pengawasan oleh pemerintah dilakukan oleh Badan Pengawasan

¹⁹ Sampurno, Kepala Badan POM, *Pengawasann Obat dan Makanan dalam Upaya Perlindungan Konsumen*, disampingkan dalam Rapat Dengar Pendapat Dengan Komisi VI DPR RI dengan Badan POM, Jakarta 7 Februari 2001, h.5

²⁰ Sampurno, Kepala Badan POM, *Pengawasann Obat dan Makanan dalam Upaya Perlindungan Konsumen*, disampingkan dalam Rapat Dengar Pendapat Dengan Komisi VI DPR RI dengan Badan POM, Jakarta 7 Februari 2001, h.5

Obat dan Makanan (Badan POM). Pengawasan yang dilakukan oleh Badan POM dapat dilakukan melalui: *pertama*, pengaturan dan standarisasi, *kedua*, evaluasi mutu dan keamanan produk pangan sebelum diizinkan beredar di masyarakat, *ketiga*, pembinaan dan penyuluhan, *keempat* sampling dan pengujian laboratorium, *kelima*, pemeriksaan sarana produksi dan distribusi, *keenam*, penyelidikan kasus khusus dan *ketujuh*, publik Warning yang ditujukan kepada masyarakat luas.²¹

Produk-produk yang mendapatkan pertimbangan utama dalam proses pemilihnya berdasarkan ketentuan syariat yang menjadi tolak ukur untuk konsumen Muslim adalah makanan dan minuman. Ketidakinginan masyarakat Muslim untuk mengkonsumsi produk-produk haram akan meningkatkan ketertiban yang lebih

²¹ Sampurno, Kepala Badan POM, *Pengawasann Obat dan Makanan dalam Upaya Perlindungan Konsumen*, disampingkan dalam Rapat Dengar Pendapat Dengan Komisi VI DPR RI dengan Badan POM, Jakarta 7 Februari 2001, h.6

tinggi dalam proses pemilihan produk.²² Setiap perusahaan memiliki aktifitas memproduksi barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan yang layak. Konsekuensinya perusahaan tersebut dalam aktifitasnya harus memiliki rasa tanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan di masyarakat. Apabila memungkinkan, disamping mendapatkan keuntungan bagi perusahaan sendiri juga sekaligus dapat memberikan kesejahteraan lingkungan dan masyarakat.²³

Masalah kehalalan makanan menjadi sangat penting mengingat Indonesia sebagai negara mayoritas penduduk Muslimnya terbesar didunia, tentunya tidak mudah bagi produsen memasarkan barangnya kemudian dikonsumsi oleh penduduk Muslim. Syarat kehalalan menjadi hal yang utama dalam memasarkan produk, kejelian melihat barang yang halal. Sebagai

²² Dase Husaefi dan Refinal, "*Pentingnya Labelisasi Halal untuk produk Minuman dalam kemasan di Indonesia*" di akses tanggal 15 April 2015

²³ Dase Husaefi dan Refinal, "*Pentingnya Labelisasi Halal untuk produk Minuman dalam kemasan di Indonesia*" di akses tanggal 15 April 2015

konsumen Muslim, kita harus berusaha semaksimal mungkin memilih makanan, obat-obatan, dan kosmetik yang terjamin kehalalannya apalagi saat ini begitu banyak makanan yang beredar ditengah-tengah kita baik dari dalam maupun dari luar negeri. Ketidak halalan itu bisa dilihat dari aspek bahan bakunya, bahan tambahannya, bahan penolongnya, maupun cara pengelolaannya yang tidak halal hal ini dipicu dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih.²⁴

Dengan adanya label halal konsumen Muslim dapat memastikan produk mana saja yang boleh dikonsumsi. Secara teori maka, untuk para pemeluk agama Islam yang taat, pemilihan produk makanan yang mereka pilih adalah makanan halal yang diwakili dengan label halal.

Namun, kenyataan yang berlaku pada saat ini adalah bahwa LPPOM MUI memberikan sertifikat halal kepada produsen-produsen obat

²⁴ M.Nadrattuzaman Hosen, *khotbah Jum'at Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PKES 2008) hal 24

dan makanan yang secara sukarela mendaftarkan produknya untuk diteliti LPPOM MUI.²⁵ Dengan begitu produk yang beredar dikalangan Muslim bukanlah produk-produk yang secara keseluruhan memiliki label halal yang dicantumkan pada kemasannya. Artinya masih banyak produk-produk yang beredar dimasyarakat belum memiliki sertifikat halal yang diwakili dengan label halal yang ada pada kemasan produk.²⁶

Dengan demikian konsumen Muslim akan dihadapkan pada produk-produk halal yang diwakili dengan label halal yang ada pada kemasannya dalam produk tersebut. Maka keputusan untuk membeli produk-produk yang berlabel halal atau tidak akan ada sepenuhnya ditangan konsumen sendiri.

Agar dapat memperoleh informasi yang lebih jelas serta bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh label halal terhadap

²⁵ M.Nadrattuzaman Hosen, *khotbah Jum'at Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PKES 2008) hal 24

²⁶ Mahwiyah, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, Jakarta 2010, hal 44

keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk tertentu, perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah. Untuk itu penulis akan melakukan penelitian skripsi dengan menjadikan konsumen pasar Swalayan Giant Kreo sebagai responden. Penulis memberikan batasan bahwa produk makanan dalam kemasan yang dimaksud adalah produk-produk seperti sirup, mie instan, susu, snack, dan lainnya yang di produksi dengan menggunakan kemasan dan menyertakan label halal di dalam kemasannya.

Penulis memberikan judul pada penelitian ini dengan judul : “ *Sikap Konsumen Terhadap Label Halal di Pasar Swalayan (study kasus Giant Kreo)*”

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang, dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Menurut MUI masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, namun dalam mengkonsumsi

produk pangan kurang memperhatikan label Halal.

2. Kesadaran produsen di Indonesia dalam menjamin kehalalan produknya masih sangat rendah.
3. Saat ini masih ada produk yang menggunakan label halal palsu di kemasannya.
4. Kurangnya pemahaman konsumen dengan label halal.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

Untuk menghindari melebarnya pembahasan penulis merasa perlu untuk memberikan batasan dan rumusan masalah terhadap apa yang dikaji, maka dalam penelitian ini penulis hanya memfokuskan pada masalah sikap konsumen terhadap label halal dalam produk makanan dalam kemasan yang di produksi dengan menggunakan kemasan dan menyertakan label halal dalam kemasan tersebut.

Dengan study kasus Giant Kreo.

1. Bagaimana sikap konsumen pasar Swalayan Giant Kreo tentang Label Halal?
2. Bagaimana pengaruh label halal pada makanan dan minuman pada Pasar Swalayan Giant Kreo?

D. Tujuan Penelitian

1. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk:
 - a. Mengetahui seberapa besar perilaku konsumen terhadap Label Halal pada produk makanan dan minuman yang akan mereka beli.
 - b. Menganalisis tingginya minat konsumen terhadap Label Halal dalam kemasan makanan di pasar Swalayan Giant Kreo.
2. Adapun Manfaat dari penelitian ini adalah:
 - a. Menambah keyakinan bagi para konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk yang dibeli di pasar Swalayan Giant Kreo,
 - b. Mengetahui sikap konsumen dalam berbelanja di pasar Swalayan Giant Kreo.

E. Tinjauan Pustaka

Sebelum penulis melakukan penelitian, penulis mendapatkan judul skripsi yang penulis jadikan tinjauan yaitu skripsi yang ditulis oleh Nur Faizah, dengan judul **“Pengaruh Sosialisasi Sertifikasi Halal Terhadap Perilaku Konsumen Masyarakat Kecamatan Mampang Prapatan Jakarta Selatan”**. Dalam skripsinya hanya membahas pengaruh sosialisasi sertifikasi halal terhadap perilaku konsumsi masyarakat kecamatan Mampang dan lebih menekankan pada proses sosialisasi sertifikasi halal yang dilakukan LPPOM MUI terhadap perilaku konsumen masyarakat dan perubahan perilaku konsumen masyarakat setelah adanya sertifikasi halal. Dalam penelitian tersebut berkesimpulan bahwa sosialisasi sertifikasi halal yang dilakukan pihak LPPOM MUI berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat, khususnya masyarakat kecamatan Mampang Prapatan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif komparasi

dengan jenis data perpaduan antara data kualitatif dan kuantitatif. Dengan menggunakan uji table t dan uji dua sample berpasangan Wilcoxon dan menggunakan sample sebanyak 100 responden.

Selain itu skripsi yang disusun oleh Siti Rohmah yang berjudul **“Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam: Analisis Terhadap Sertifikasi Halal MUI (Studi kasus pada Produk Papa Ron’s Pizza)”**. Dalam skripsinya membahas upaya perlindungan konsumen Muslim melalui sertifikasi halal dan pengaruh sertifikasi halal terhadap penjualan produk dan pemenuhan preferensi di kalangan konsumen Papa Ron’s Pizza. Dalam penelitian tersebut berkesimpulan bahwa sertifikasi halal MUI pada produk Papa Ron’s Pizza dapat memberikan perlindungan bagi konsumen Papa Ron’s Pizza untuk tetap mengkonsumsi produk yang halal. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif, analisis dan eksplanatif dengan jenis data perpaduan antara data kualitatif dan kuantitatif. Dengan

menggunakan analisis regresi linier berganda dan menggunakan sample sebanyak 40 responden.

Dan skripsi yang disusun oleh Ismail yang berjudul: **“Labelisasi Halal dalam Upaya Menjawab Keraguan Masyarakat”**. Dalam skripsinya hanya membahas peran labelisasi halal dalam menjawab keraguan masyarakat mengenai halal tidaknya makanan yang beredar di masyarakat. Dalam penelitian tersebut berkesimpulan bahwa labelisasi halal yang dilakukan oleh LPPOM MUI dapat menjawab keraguan masyarakat dalam mengkonsumsi produk yang halal. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif, analisis dengan jenis data kualitatif.

Selain itu, skripsi yang ditulis oleh Catur Nopianto yang berjudul **“Penerapan Fatwa MUI dalam Melahirkan Produk Halal (Studi Kasus Mc Donald)”**. Dalam skripsinya hanya membahas tentang penerapan fatwa MUI dalam melahirkan produk halal pada produk Mc Donald. Dalam penelitian tersebut berkesimpulan

bahwa labelisasi halal pada produk Mc Donald merupakan salah satu upaya untuk menerapkan fatwa MUI dalam melahirkan produk halal. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif analisis dengan jenis data kualitatif.

Sedangkan dalam judul Sikap Konsumen Muslim Terhadap Label Halal yang penulis buat lebih fokus kepada konsumen yang berbelanja di pasar Swalayan Giant Kreo ingin mengetahui sejauh mana konsumen memilih produk-produk makanan atau minuman yang berlabel halal.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan dimana penelitian langsung ke lapangan (*objek*) penelitian untuk mengamati sesuatu. Dalam hal ini mengenai sikap konsumen dalam memilih

produk makanan yang menggunakan label halal dalam pasar Swalayan Giant Kreo.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

3. Tempat dan Waktu Penelitian

Adapun tempat yang dijadikan objek penelitian adalah Pasar Swalayan Giant Kreo yang beralamat di Jalan HOS Cokroaminoto Ciledug.

4. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun subjek penelitian adalah konsumen yang telah datang ke pasar Swalayan Giant Kreo. Sedangkan yang menjadi objeknya adalah pasar Swalayan Giant Kreo yang berada di daerah Kreo tepatnya di jalan HOS Cokroaminoto Ciledug.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan ini peneliti mengacu pada pedoman penulis karya ilmiah di IIQ Jakarta. Selanjutnya untuk mempermudah penulisan dan memahami isi tulisan ini penulis membaginya atas V bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

- BAB I** Pendahuluan, Terdiri dari latar belakang masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, tinjauan pustaka dan sistematika penulisan.
- BAB II** Landasan Teoritis Terdiri dari pengertian sikap konsumen, pengertian konsumen, pengertian Halal.
- BAB III** Gambaran Umum MUI terdiri dari ,Sejarah berdirinya MUI, Visi dan Misi, Struktur Organisasi, Prosedur Label Halal, sertifikasi Label Halal, Fungsi Label Halal

BAB IV Temuan Lapangan dan Analisis data, Terdiri dari Metode Konsumen Dalam Memilih Label Halal Di kemasan Makanan atau Minuman, Analisis Sikap Konsumen Terhadap Label Halal, analisis data konsumen.

BAB V Penutup, Terdiri dari kesimpulan serta saran-saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan hasil penelitian skripsi yang berjudul Sikap Konsumen terhadap Label Halal di Pasar Swalayan Giant Kreo, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sikap konsumen di pasar Swalayan Giant Kreo terhadap label halal adalah lebih banyak yang memperhatikan label halal dan yang lainnya tidak memperhatikan label halal. Konsumen yang memperhatikan label halal adalah 64% dan yang tidak memperhatikan label halal adalah 34%. Konsumen yang tidak memperhatikan label halal karena tidak mengetahui tentang label halal tersebut.
2. Dengan adanya produk yang menggunakan label halal yang dijual di Pasar Swalayan Giant Kreo Tangerang konsumen yakin dan percaya dengan produk yang mereka gunakan. Karena mayoritas konsumen yang ada di Pasar Swalayan Giant Kreo adalah

Muslim. Serta dengan adanya produk berlabel halal omset di Pasar Swalayan Giant Kreo Tangerang meningkat.

B. Saran

1. Para konsumen harus lebih memperhatikan dalam memilih suatu produk, produk yang terkenal belum tentu memiliki label halal MUI.
2. Para produsen sebaiknya membuat label halal atau Sertifikasi Halal dari MUI.
3. MUI seharusnya melakukan sosialisasi label halal agar konsumen dapat mengetahui tentang label halal.

DAFTAR PUSTAKA

“*Sejarah MUI*” diakses pada tanggal 3 Juli 2016 dari <http://mui.or.id/mui/category/tentang-mui/profil-mui>

A.Mustofa, *Akhlak Tasawuf*, (Bandung: Pustaka setia, 1997), cet Ke-2, h.14

A.S Hornby, Gen. Ed., *Oxford Advance Learner's Dictionary of Current English*, (Oxford: oxford University Press, 1987),Cet. ke-1, h. 183

Abu Ahmadi dan Noor Salimi, *Dasar-Dasar Pendidikan Agama Islam Untuk Perguruan Tinggi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), cet ke-5, h. 198

Abudin Nata, *Akhlak Tasawuf*, (Jakarta: PT.raja Grafindo Persada, 1996), h.5

Ahmad Haris, “Halal di kemasan belum tentu halal dimakan”. Artikel ini diakses pada tanggal 29 Mei 2016 dari:<http://www.harisahmad.com>

Aisjah Girindra, *pengukir Sejarah Sertifikasi Halal*,
(Jakarta: LP POM MUI, 2005), Cet. ke- 1, h. 69

Aisyah Girindra, *Kebijakan LPPOM MUI dalam Sertifikasi Halal, Produk Impor Serta Lembaga Sertifikasi Internasional*, makalah disampaikan dalam *Pelatihan Auditor Halal Internal Perusahaan* tanggal 16-17 Oktober di Jakarta, h. 2-3

Anto Apriyanto Nurbowo, "Aku Ingin Yang Halal"
di akses tanggal 26 Juni 2015

Athoullah Ahmad. *Op.Cit.* Hal.63

Basu Swastha D.H *Saluran pemasaran: konsep&strategi Analisa Kuantitatif*,
(Yogyakarta: BPFE, 1999), Cet ke- 4

Butir dua pengawasan Badan POM dalam Sampurno,
Pengawasan Obat dan Makanan, h.6

Butir empat dan butir lima pengawasan Badan POM
dalam Sampurno, *Pengawasan Obat dan Makanan*, h.6

Butir enam pengawasan Badan POM dalam Sampurno, *Pengawasan Obat dan Makanan*, h.6

Butir satu pengawasan Badan POM dalam Sampurno, *Pengawasan Obat dan Makanan*, h. 6

Butir tiga pengawasan Badan POM dalam Sampurno, *Pengawasan Obat dan Makanan*, h.6

Butir tujuh pengawasan Badan POM dalam Sampurno, *Pengawasan Obat dan Makanan*, h. 6

Chaerul Anwar “Macam-macam konsumen” diakses tanggal 12 april 2016, chanwr93.blogspot.com

Danang Sunyoto, *Praktik riset perilaku konsumen*,(Yogyakarta: CAPS, 2014) Cet. ke- 1, h. 20

Dase Husaefi dan Refinal, “*Pentingnya Labelisasi Halal untuk produk Minuman dalam kemasan di Indonesia*” di akses tanggal 15 April 2015

Departemen Agama RI *Sistem dan Prosedur Penetapan Fatwa MUI* (Jakarta, 2003) h.2

Departemen Agama RI, *Buku Pedoman Strategi Kampanye Sosial Produk Halal*, (Jakarta : Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, 2003) h. 52

Departemen agama RI, *Pedoman Pangan Halal bagi Konsumen, Importir dan Konsumen di Indonesia*, (Jakarta, Tim Penerbit Buku Pedoman Pangan Halal, 2002-2001), h.4

Departemen Agama, *Panduan Sertifikasi Halal*, Jakarta, 2003, h.3

Departemen Agama, *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal*, (Jakarta: Proyek sarana dan prasarana produk halal, 2003), cet. ke- 1. h.277

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka utama, 2008), Edisi ke-4, h. 27

DR. Marjuki, *Akhlak Mulia (Pengantar Studi Konsep-Konsep Dasar Etika Dalam Islam)*, hlm. 34

Dr. Musthafa al-Bugha dan Muhyiddin Misto, *pokok-pokok Ajaran Islam*, (Jakarta, Robbani Press, 2005), h.107

Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: ANDI, 2013), Cet. ke- 1, h.7

Fatwa MUI tentang “*produk penyedap rasa ajinomoto Indonesia yang menggunakan bacto soytone*” tanggal 16 Desember 2000

Hoetomo M.A, *kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Mitra pelajar, 2005), h.301

Ibn Manzhur, *Lisan al-'Arab*, Dâr al-Ma'ârif, Juz XIII, h. 177

Imam Al-Ghazali, *Ihya 'Ulum al-din*, (Beirut: Dar al-Fikr), Jilid ke III, h. 56

Imam al-Ghazali. *Benang Tipis Antara Halal dan Haram* h.121

Jamaludin Abul-fadal Muhammad bin Makram Ibnu Munzir al-Ansariyyi al-ifqiyyi al-Misriyyi, *Lisanul Arab*, (Beirut: DARul Fikr, 2003), h. 104

John M. Echols dan Hassn Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia, 1990), Cet. ke- 19, h. 105

Jurnal Halal, No.2/1/15, edisi Nopember 1994 – 15 Januari 1995, h. 37-38

Kamus Besar Bahasa Indonesia, h. 928

Kincaid, Judith. 2003. *Customer Relationship Management: Getting it Right*. Prentice-hall, Inc. Page 298

Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran Badan Litbang danDiklat Departemen Agama RI, *Etika Berkeluarga, Bermasyarakat dan Berpolitik*,

(Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2013), Cet ke-1, h. 1

M. Abdul Mujieb, *Kamus Istilah Fiqih*, Jakarta, PT. Pustaka Firdaus, 1994, h.97

M.Nadrattuzaman Hosen, *khotbah Jum'at Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PKES 2008) hal 24

M.T. Misbah Yazdi. *Op.Cit.* Hal. 6

Mahwiyah, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, Jakarta 2010, hal 44

Majlis Ulama Indonesia, *Pedoman Mendapatkan Sertifikasi*, (Jakarta: LPPOM, 2010) h. 14

McGraw-Hill , *Principles of Advertising & IMC, Second Edition.*, Inc. Bab 5

Moh. Ardani, Akhlaq Tasawuf, (Jakarta: CV. Karya Mulia, 2005), cet ke-11, h.40

Mujtaba Misbah, *Daur Ulang Jiwa*, hlm. 102

Pasal 1 ayat 3 Pengaturan Pemerintah Nomor 69
Tahun 1999 tentang Label dan Iklan.

Pasal 1 ayat 5 Peraturan Pemerintah Nomor 69
Tahun 1999 tentang Label dan Iklan.

Pasal 10 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun
1999 tentang label dan Iklan

Pasal 11 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun
1999 tentang Label dan Iklan.

Pasal 2 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999
tentang Label dan Iklan

Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999
Tentang label dan Iklan

Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang
label dan iklan Pasal 1 angka 3

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69
Tahun 1999

Prosedur Label Halal diakses pada tanggal 05 Juli 2015 oleh http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/55/1360/page/1

Rahmat Djatnika, *Sistem Etika Islam*, (Jakarta: Pustaka Panji Mas, 1996), h.26-27

Retno Sulistyowati “Labelisasi halal” artikel ini diakses pada tanggal 29 Mei 2016 dari <http://www.esqmagazine.com>

Rustam Efendi “*Sertifikat Halal Juga Untungkan Produsen*”, diakses tanggal 4 Desember 2015 dari <http://gagasanhukum.wordpress.com>.

Sa'id Hawwa, *Al-Islam*, (Jakarta; Al-Islahy Press, 1993) h. 27

Sampurno, kepala Badan POM, *Pengawasan Obat dan Makanan dalam Upaya Perlindungan Konsumen*, disampaikan dalam Rapat Dengar Pendapat dengan Komisi VI DPR RI dengan Badan POM, Jakarta 7 Februari 2001, h.6

Sampurno, Kepala Badan POM, *Pengawasann Obat dan Makanan dalam Upaya Perlindungan Konsumen*, disampingkan dalam Rapat Dengar Pendapat Dengan Komisi VI DPR RI dengan Badan POM, Jakarta 7 Februari 2001, h.5

Sopa, *Sertifikasi Halal Majelis Ulama Indonesia* (Jakarta: GP Press,2013), Cet. ke- 1, h. 12

Syekh Z A Qurbani Lahiji, *Risalah Sang Imam (Ajaran Etika Ali Bin Abi Thalib)*, hlm. 38

Tim Baitul Kilmah Yogyakarta *Ensiklopedia pengetahuan Al-Qur'an dan Hadist* jilid 2 bab 7(Jakarta: kamil Pustaka,2013) cet 1, h. 373

Tim Penulis IAIN Syarif Hidayatullah, *Ensiklopedia Islam Indonesia*, (Jakarta; Djembatan, 2002), h.346

Undang – undang Nomor 7 Tahun 1996 Pasal 1 ayat

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang
Perlindungan Konsumen Pasal 4

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Amelia S,
Tangerang 10 Juli 2016.

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Ami,
Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Anggita,
Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Desi
Lisnawati, Tangerang 10 Juli 2016.

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Dewi,
Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Diar,
Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Eka,
Tangerang 10 Juli 2016.

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Endang,
Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Erli Dwi,
Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Halimal,
Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Herni M,
Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Indah,
Tangerang 10 Juli 2016.

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Lestari,
Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Lisna,
Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Melati,
Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Nani,
Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Nia,
Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Novanda,
Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Nur
Fauziah, Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Nurul,
Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Ritjen
Novanti, Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Suwarni,
Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Wardah,
Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Wulan,
Tangerang 10 Juli 2016

Wawancara dengan Konsumen Giant Kreo, Yati,
Tangerang 10 Juli 2016

William J Stanto, Michael J. Etzel & Bruce J.
Walker, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*
(Bandung: Mandar, 1994)

Wjs. Poerwadarminta, *kamus Umum bahasa*
Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1976), h.521

www.lppommui.or.id.

Yusuf Qarddhawi, *Halal Haram dalam Islam*, (
Solo: Darul Ma'rifah, 2000), cet. ke- 1, h. 72