PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MAKANAN HALAL DI PONTIANAK KOTA

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

SITI PATIMAH
NIM.B1062211003

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK

2025

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama	:	Siti Patimah
NIM	:	B1062211003
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Judul Proposal / TA	:	Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Halal di Pontianak Kota

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA) dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Tugas Akhir (TA) dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 12 September 2025



Siti Patimah
NIM. B1062211003

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Dengan ini, Pembimbing Tugas Akhir (TA) mahasiswa :

Nama	:	Siti Patimah
NIM	:	B1062211003
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Judul Tugas Akhir (TA)	:	Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Halal di Pontianak Kota

Menyatakan bahwa Tugas Akhir (TA) tersebut telah dikoreksi dan disetujui untuk diuji.

	Nama/ NIP	Tgl/Bln/Thn	Tanda Tangan
Pembimbing Tugas Akhir	Dr. Yarlina Yacoub, S.E.,M.Si. NIP. 196211201989032003	16/07/2025	

LEMBAR YURIDIS

Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Halal di Pontianak Kota

Penanggung Jawab Yuridis

Siti Patimah
B1062211003

Jurusan	:	Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Tgl Ujian Skripsi/Tugas Akhir	:	31 Juli 2025

Majelis Penguji

No.	Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
1.	Pembimbing Utama	Dr. Yarlina Yacoub, S.E., M.Si. NIP 196211201989032003	05/08/2025	
2.	Ketua Penguji	Romi Suradi, S.E.I., M.E. NIP 198610022019031004	05/08/2025	
3.	Anggota Penguji	Supriaman, S.Pd., M.Si NIP 199104132023211027	05/08/2025	

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Skripsi/Tugas Akhir

Pontianak, 14 AUG 2025
Koordinator Program Studi Ekonomi Islam

Dr. H. Memet Agustiar, S.E., M.A.
NIP 196308151987031005

LEMBAR PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Siti Patimah
NIM	:	B1062211003
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Judul Tugas Akhir (TA)	:	Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Halal di Pontianak Kota

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 12 September 2025



Siti Patimah
NIM. B1062211003

UCAPAN TERIMA KASIH

Bismillahirrahmannirrahim..

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Halal di Pontianak Kota**". Sholawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada suri tauladan kita baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya. Penulisan skripsi ini, tidak akan bisa terselesaikan jika tidak adanya pertolongan serta kemudahan yang Allah SWT berikan kepada penulis, serta bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, yang tentunya telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini baik materi, tenaga, pikiran, motivasi, serta doa yang sudah diberikan kepada penulis. Oleh karenanya, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1) Teristimewa kepada kedua orang tua penulis Bapak Asmordi Jusli dan Ibu Muslina Syabdul yang sangat berjasa dalam hidup penulis, dua orang yang selalu mengusahakan anak pertamanya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Dua orang yang selalu memotivasi dan memberikan dukungan, nasehat, perhatian, doa dan materi sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Terimakasih atas pengorbanan yang tiada henti, doa yang tak pernah putus, serta cinta yang terus menjadi sumber kekuatan penulis.
2) Kepada adik penulis Aslina dan Astrik yang selalu memberikan dukungan moral baik melalui doa maupun perhatian yang tulus. Kehadiranmu adalah pengingat bahwa dalam setiap perjuangan, ada alasan untuk terus melangkah.
3) Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya setelah keluarga Rezha Pahrefi yang telah membersamai penulis selama penulisan skripsi dalam kondisi apapun, serta segala usaha yang diberikan mulai dari waktu, tenaga, pikiran,

dukungan dan semangat kepada penulis hingga akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4) Bapak Prof. Dr. Garuda Wiko, S.H., M.Si. selaku Rektor Universitas Tanjungpura Pontianak Periode 2023 – 2027.
5) Ibu Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
6) Ibu Nurul Bariyah, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
7) Bapak Dr. H. Memet Agustiar, S.E., M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
8) Ibu Dr. Yarlina Yacoub, S.E., M.Si. Selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan serta dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan selama masa perkuliahan hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.
9) Ibu Sisi Amalia, S.E., M.A., Bapak Supriaman, S.Pd., M.Si dan Bapak Romi Suradi, S.E.I., M.E. selaku dosen penguji proposal dan skripsi yang telah memberikan masukan untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini.
10) Seluruh jajaran dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
11) Seluruh dosen pengajar Program Studi Ekonomi Islam yang telah mengajarkan ilmu yang bermanfaat, memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
12) Staf Akademik, Tata Usaha dan Staf Perpustakaan serta semua karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, yang telah banyak membantu proses perkuliahan sampai pada penyelesaian skripsi ini.
13) Seluruh keluarga besar dari Kakek Jusli (keluarga bapak) dan Kakek Syabdul (keluarga ibu) yang selalu mendoakan terbaik dan selalu memberikan dukungan.

14) Sahabat terbaik Selvya Hanuardani dan Nurayni yang selalu senantiasa mendukung, mendengarkan keluh kesah, dan selalu ada untuk penulis baik dalam suka maupun duka.
15) Sahabat seperantauan Nurul Huda, Citra, Nur'atikah yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
16) Teman-teman seperjuangan masa kuliah yaitu seluruh teman-teman prodi Ekonomi Islam angkatan 2021 yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang sudah menjadi bagian dari perjalanan selama perkuliahan. Teman-teman Ekis PPAPK yang menjadi bagian dari pengalaman berharga penulis semasa kuliah.
17) Keluarga besar HIMAEKIS periode 2022-2024 atas semua pengalaman baru dan pengajaran berharga kepada penulis.
18) Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, karena telah bertahan dan terus melangkah sejauh ini. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih karena sudah mempercayai proses, meski hasil belum sesuai harapan dan terima kasih karena sudah memilih untuk mencoba, memilih untuk belajar dan memilih untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai.
19) Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah terlibat dan mendukung penulis dalam proses penulisan skripsi. Terima kasih atas segala bantuan, doa dan dukungan yang telah diberikan demi kelancaran dan keberhasilan penulis, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian, Aamiin.

Akhirnya atas jasa dan bantuan dari semua pihak, penulis ucapkan terima kasih banyak dan doa kepada Allah SWT semoga selalu berada dalam lindungan-Nya dan dibalas kebaikannya berlipat-lipat ganda serta menjadi amal jariyah. Semoga skripsi ini menjadi skripsi yang beguna dan bermanfaat bagi masyarakat serta menjadi berkah bagi penulis dan semua pihak yang terlibat.

Pontianak, 12 September 2025



Siti Patimah
NIM. B1062211003

ABSTRAK

Bagi konsumen Muslim, pemahaman terhadap kehalalan suatu produk makanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Sertifikasi halal dan kesadaran halal merupakan dua faktor utama yang diyakini memengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan prinsip syariah Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk makanan halal oleh masyarakat Muslim di Kota Pontianak. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik *simple random sampling*, melibatkan 200 responden dari populasi sebanyak 400 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner menggunakan skala Likert. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan statistik deskriptif, analisis hubungan antar variabel, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik sertifikasi halal maupun kesadaran halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sertifikasi halal memberikan jaminan kepada konsumen terhadap kualitas dan kehalalan produk, sedangkan kesadaran halal mendorong konsumen untuk lebih selektif dalam memilih produk yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Kata Kunci: Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Keputusan Pembelian.

RINGKASAN

1. Latar Belakang dan Tujuan Penelitian

Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia memiliki potensi besar dalam pengembangan industri halal, terutama pada sektor makanan yang merupakan kebutuhan pokok dan dikonsumsi setiap hari oleh masyarakat. Tingginya konsumsi produk makanan halal mencerminkan kesadaran masyarakat Muslim akan pentingnya kehalalan sebagai bentuk ketaatan terhadap ajaran Islam. Salah satu upaya yang dilakukan untuk menjamin kehalalan produk adalah melalui sertifikasi halal yang tidak hanya menjadi instrumen formal, tetapi juga memberikan kepastian kepada konsumen bahwa produk tersebut aman, berkualitas, dan sesuai syariat. Di Kota Pontianak, perkembangan sektor UMKM yang cukup signifikan dari tahun ke tahun turut mendorong pertumbuhan industri makanan, namun di sisi lain, masih terdapat sebagian masyarakat yang belum sepenuhnya memahami pentingnya kehalalan dan belum menjadikan sertifikasi halal sebagai pertimbangan utama dalam membeli makanan. Hasil pra-riset menunjukkan bahwa sebanyak 30% masyarakat belum memahami produk makanan halal secara utuh dan sekitar 40% tidak menjadikan sertifikasi halal sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi pasar halal dan tingkat kesadaran konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji lebih dalam mengenai dua faktor penting yaitu sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di Pontianak Kota. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk makanan halal, dengan harapan dapat memberikan kontribusi secara teoritis maupun praktis terhadap pengembangan industri halal serta meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya konsumsi produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan studi deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang dilakukan pada masyarakat Muslim di Pontianak Kota yang berusia 17–40 tahun. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala Likert dan teknik pengambilan sampel menggunakan metode simple random sampling**.** Populasi penelitian berjumlah 400 orang yang telah dikerucutkan. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error sebesar 5%, sehingga diperoleh 200 responden**.** Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas, yaitu sertifikasi halal dan kesadaran halal**,** serta satu variabel terikat, yaitu keputusan pembelian produk makanan halal. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik variabel, serta diuji menggunakan teknik Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS) untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antarvariabel. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur dan memberikan hasil yang konsisten. Analisis dilakukan melalui dua tahap, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) untuk menilai validitas dan reliabilitas indikator, serta evaluasi model struktural (*inner model*) untuk menguji pengaruh antarvariabel. Uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai koefisien jalur (*path coefficient*), nilai t-*statistic*, dan p-*value*, untuk mengetahui apakah sertifikasi halal dan kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Hasil Penelitian

Profil responden dalam penelitian ini terdiri dari 200 orang konsumen Muslim di Pontianak Kota yang berusia antara 17 hingga 40 tahun. Dengan sebagian besar mayoritas responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 69%. Berdasarkan analisis deskriptif, rata-rata nilai untuk variabel sertifikasi halal menunjukkan skor nilai rata-rata 4,53 kategori sangat tinggi, yang mencerminkan bahwa mayoritas responden menyadari pentingnya keberadaan sertifikasi halal pada produk makanan. Sementara itu, nilai rata-rata untuk variabel kesadaran halal berada pada skor nilai

4,42 kategori sangat tinggi, menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pemahaman dan perhatian terhadap kehalalan makanan yang dikonsumsi, baik dari segi bahan, proses produksi, maupun sumber kehalalannya. Adapun variabel keputusan pembelian menunjukkan skor nilai 4,46 pada kategori sangat tinggi, yang menandakan bahwa kehalalan menjadi salah satu pertimbangan utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk makanan. Hasil pengujian *outer model* menunjukkan bahwa seluruh indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai *loading factor* > 0,7 dan nilai AVE > 0,5, yang berarti seluruh indikator valid dalam mengukur konstruknya. Nilai reliabilitas juga menunjukkan hasil yang memadai dengan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* > 0,7 pada setiap variabel. Uji *inner model* memperlihatkan nilai R-*square* sebesar 0,631, yang berarti bahwa variabel sertifikasi halal dan kesadaran halal mampu menjelaskan sebesar 63,1% variasi dari keputusan pembelian, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Berdasarkan hasil uji hipotesis (*path coefficient*), variabel sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-*statistic* sebesar 2,105 >1,96 dan p-*value* 0,035 < 0,05. Demikian pula, variabel kesadaran halal juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-*statistic* sebesar 4,738 >1,96 dan p-value 0,000 < 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi perhatian konsumen terhadap sertifikasi dan pemahaman halal, maka semakin besar pula kecenderungan mereka dalam memutuskan untuk membeli produk makanan yang sesuai syariat.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 200 responden masyarakat Muslim di Pontianak Kota dapat disimpulkan bahwa variabel sertifikasi halal dan kesadaran halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin kuat keberadaan sertifikasi halal pada suatu produk, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Sertifikasi halal berperan penting sebagai jaminan bahwa produk telah memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan

oleh lembaga berwenang, sehingga mampu memberikan rasa aman, keyakinan, dan ketenangan bagi konsumen dalam mengonsumsi produk makanan yang sesuai dengan syariat Islam. Selain itu, variabel kesadaran halal juga terbukti secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian. Kesadaran halal mencakup pemahaman konsumen terhadap pentingnya memilih produk yang halal tidak hanya dari segi zat, tetapi juga dari segi proses produksi, penyimpanan, dan distribusinya. Konsumen yang memiliki tingkat kesadaran halal yang tinggi cenderung lebih berhati-hati dan selektif dalam memilih makanan, serta menjadikan nilai-nilai agama sebagai dasar utama dalam pengambilan keputusan konsumsi. Oleh karena itu, kesadaran halal tidak hanya mencerminkan pengetahuan, tetapi juga mencerminkan tingkat ketaatan individu terhadap perintah agama dalam menjaga konsumsi yang halal dan baik (halalan thayyiban). Secara keseluruhan, kedua variabel sertifikasi halal dan kesadaran halal secara bersama-sama memberikan kontribusi yang besar terhadap pembentukan perilaku konsumen dalam membeli produk makanan halal. Penelitian ini menegaskan bahwa faktor religius, seperti kehalalan produk, masih menjadi pertimbangan utama bagi konsumen Muslim dalam memilih makanan yang akan dikonsumsi. Hasil ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan bagi pelaku usaha dan pemerintah dalam meningkatkan edukasi serta ketersediaan produk halal di masyarakat guna mendukung terciptanya ekosistem konsumsi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR ii
LEMBAR YURIDIS iii
LEMBAR PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI iv
UCAPAN TERIMA KASIH v
ABSTRAK ix
RINGKASAN x
DAFTAR ISI xiv
DAFTAR TABEL xvii
DAFTAR GAMBAR xviii
DAFTAR LAMPIRAN xix

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 10
1.2.1. Pernyataan Masalah 10
1.2.2. Pertanyaan Penelitian 10
1.3. Tujuan Penelitian 11
1.4. Kontribusi Penelitian 11
1.4.1. Kontribusi Teoritis 11
1.4.2. Kontribusi Praktis 11
1.4.3. Kontribusi Agamis 11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 12
2.1. Kajian Teori 12
2.1.1. Teori Perilaku Konsumen 12
2.1.2. Keputusan Pembelian Konsumen 15
2.1.3. Sertifikasi Halal 17

2.1.4. Kesadaran Halal 21
2.2. Kajian Empiris 22
2.3. Kerangka Konseptual dan Hipotesis 27
2.3.1. Kerangka Konseptual 27
2.3.2. Hipotesis Penelitian 27
BAB III METODE PENELITIAN 28
3.1. Bentuk, Tempat dan Waktu Penelitian 28
3.2. Jenis dan Sumber Data 28
3.3. Populasi dan Sampel 28
3.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional 29
3.4.1. Variabel Dependen 30
3.4.2. Variabel independen 30
3.4.3. Definisi Operasional Variabel 30
3.5. Metode Analisis Data 32
3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif 32
3.5.2. Analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) 33
3.5.3. Uji Hipotesis (*Path Coefficient*) 36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 37
4.1. Hasil Penelitian 37
4.1.1. Karakteristik Responden 37
4.1.2. Hasil Uji Statistik 39
4.1.3. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) 43
4.1.4. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) 50
4.2. Uji Hipotesis (*Path Coefficient*) 52
4.3. Pembahasan 52
4.3.1. Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal 52
4.3.2. Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal 55

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 58
5.1. Kesimpulan 58
5.2. Saran 58
DAFTAR PUSTAKA 60
LAMPIRAN 65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pra Riset.....8
Tabel 3. 1 Indikator dan Pengukuran.....31
Tabel 3. 2 Skala Likert.....32
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....37
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....38
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....38
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....39
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Variabel Sertifikasi Halal.....40
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Variabel Kesadaran Halal.....41
Tabel 4.7 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian 42
Tabel 4. 8 Data Hasil Pengujian *Outer Loading* Tahap 1.....45
Tabel 4. 9 Data Hasil Pengujian *Outer Loading* Tahap 2.....47
Tabel 4. 10 Nilai *Discriminant Validity (Cross Loading)*.....48
Tabel 4. 11 Hasil *Average Variance Extracted* (AVE).....49
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas.....50
Tabel 4. 13 Hasil R-*Square*.....50
Tabel 4. 14 Hasil Uji Kebaikan Model.....51
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis.....52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data UMKM 2021-2024 di Pontianak 2
Gambar 2. 1 Logo Halal MUI 20
Gambar 2. 2 Kerangka Konsep 27
Gambar 4. 1 Skema *Outer Model* Pertama 44
Gambar 4. 2 Skema *Outer* Model Kedua 46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian.....66
Lampiran 1. 2 Data Kuesioner.....71
Lampiran 1. 3 Olah Data Penelitian SEM_PLS.....88
Lampiran 1. 4 Dokumentasi.....91

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

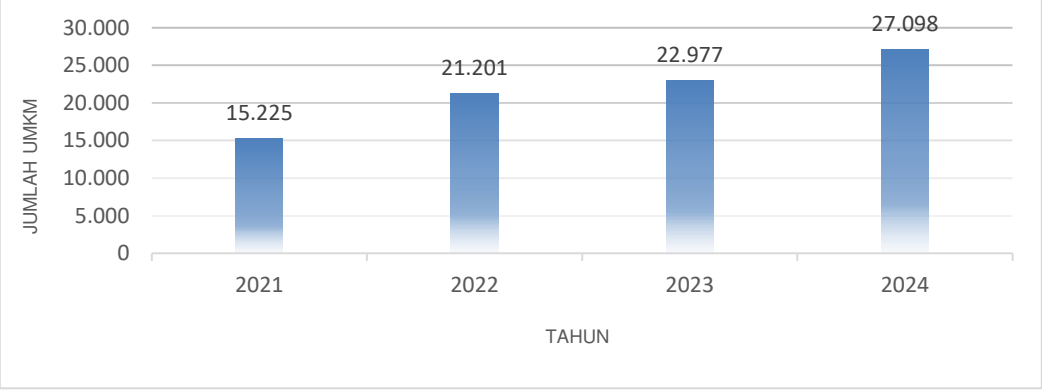
Secara umum, pertumbuhan populasi Muslim di Indonesia menunjukkan tren peningkatan dari waktu ke waktu. Indonesia dikenal sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia. Berdasarkan data Global Muslim Population (2024), jumlah pemeluk agama Islam di Indonesia mencapai 244,1 juta jiwa, atau sekitar 25% dari total populasi Muslim global. Posisi strategis ini menjadikan Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pusat pengembangan industri halal dunia. Potensi tersebut didukung oleh tingginya konsumsi masyarakat terhadap produk makanan halal, yang menempatkan Indonesia sebagai negara dengan tingkat konsumsi produk halal tertinggi secara global. Kondisi ini mencerminkan tingkat kesadaran yang tinggi di kalangan konsumen Muslim dalam memastikan kehalalan produk, terutama dalam sektor makanan. Kesadaran ini menjadikan masyarakat lebih cermat dalam memilih produk yang telah memiliki sertifikasi halal, sebagai bentuk kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariat Islam.

Dalam Islam, suatu produk dikategorikan halal apabila memenuhi beberapa syarat, antara lain halal dari segi zatnya, cara perolehannya, proses pengolahannya, metode penyimpanan, pengangkutan, hingga penyajiannya. Terkait dengan keberadaan sertifikasi halal, konsumen mempunyai hak dalam mendapatkan informasi yang akurat, transparan, dan menyeluruh mengenai suatu produk. Informasi tersebut mencakup kuantitas, komposisi bahan yang digunakan, baik yang halal maupun yang berpotensi haram, serta kualitas dan aspek-aspek penting lainnya yang berkaitan dengan produk yang beredar di pasaran. Di Indonesia, sertifikasi halal telah masuk ke dalam tiga besar pada the Global Islamic Economy Indikator dalam State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report pada tahun 2023. Dimana Indonesia

mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya pada 2022 yang menepati posisi keempat.

Hal ini menunjukkan pentingnya sertifikasi halal bagi industri makanan di Indonesia yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam. Pentingnya sertifikasi halal di Indonesia dikarenakan masyarakat Indonesia yang menganut agama Islam menginginkan jaminan halal untuk dikonsumsi. Sertifikasi halal memberikan manfaat dalam peningkatan kepercayaan konsumen, peningkatan jumlah penjualan produk, dan peningkatan daya saing bisnis (Sup et al., 2020). Dengan adanya sertifikasi halal, produk makanan menjadi semakin laris di pasaran, terutama dikalangan konsumen muslim yang membutuhkan produk halal agar lebih aman dikonsumsi, dengan adanya sertifikasi halal membantu konsumen menyadari bahwa barang dengan label halal adalah barang berkualitas tinggi dan bebas dari komponen berbahaya atau terlarang (Fatmawati et al., 2023). Berikut data UMKM di Pontianak yang terus berkembang dari tahun 2021-2024.

Gambar 1. 1 Data UMKM 2021-2024 di Pontianak



Sumber: Badan Pusat Statistik (2024)

Berdasarkan dari Gambar 1.1 di atas menunjukkan perkembangan jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Pontianak mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya dari tahun 2021 hingga 2024. Pada tahun 2021, jumlah UMKM tercatat sebanyak 15,225 UMKM, kemudian meningkat menjadi

21,201 UMKM pada tahun 2022. Pertumbuhan ini terus berlanjut pada tahun 2023 dengan jumlah 22,977 UMKM, dan mencapai 27,098 UMKM pada tahun 2024. Peningkatan ini menunjukkan bahwa sektor UMKM di Pontianak berkembang secara konsisten dan berpotensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.

Kota Pontianak memiliki potensi industri UMKM yang besar, terutama pada produk makanan. UMKM terbukti mampu bertahan dalam kondisi perekonomian yang memburuk dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penyediaan lapangan pekerjaan. Oleh karena itu, UMKM menjadi pilar penopang perekonomian nasional. Dalam perkembangannya, UMKM dituntut untuk terus berinovasi sesuai tuntutan zaman dan regulasi yang berlaku, termasuk sertifikasi halal. Dimana aspek percepatan penerapan standar halal, yaitu sertifikasi halal melalui pemberlakuan undang-undang yang mendukung sertifikasi halal. Pelaku usaha yang memproduksi maupun mengimpor produk pangan untuk didistribusikan di wilayah Indonesia diwajibkan untuk mengantongi sertifikasi halal dalam memastikan bahwa pangan tersebut halal bagi umat islam (Salam & Makhtum, 2022).

Hal ini berpengaruh terhadap meningkatnya permintaan sertifikasi halal terutama dalam sektor makanan. Kesadaran akan pentingnya kehalalan tidak hanya didorong oleh aspek keagamaan, tetapi juga oleh faktor keamanan dan kualitas produk. Selain itu, permintaan akan produk halal terus meningkat khususnya dalam hal makanan karena merupakan suatu kegiatan konsumsi seorang muslim yang tidak akan punah (Amani et al., 2024). Produk makanan merupakan produk primer karena merupakan kebutuhan pokok manusia, dan membelinya merupakan suatu keharusan. Indonesia adalah negara yang mayoritas penduduk beragama Islam, maka penting bagi pemerintah untuk menjamin bahwa produk yang beredar di tengah masyarakat memenuhi kriteria halal. Bagi muslim, makan makanan halal adalah suatu kewajiban dalam memenuhi perintah Allah SWT, ajaran untuk mengonsumsi makanan yang baik (thayyib) dijelaskan dalam firman Allah SWT QS. Al-Baqarah: 172 yang berbunyi:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا كُلُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا رَزَقْنٰكُمْ وَاشْكُرُوْا لِلّٰهِ اِنْ كُنْتُمْ اِيَّاهُ تَعْبُدُوْنَ ﴿١٧٢﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah".

Menurut penafsiran Sayyid Qutb dalam kitab *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an*, ayat tersebut mengandung seruan Allah SWT kepada orang-orang beriman untuk menerima dan menjalankan hukum syariat-Nya, dengan cara mengonsumsi yang halal serta menjauhi yang haram. Ayat ini juga mengingatkan bahwa Allah SWT-lah satu-satunya pemberi rezeki, yang membolehkan manusia memanfaatkan makanan-makanan yang baik sebagai bentuk karunia-Nya. Dalam konteks ini, Allah menginginkan hamba-Nya untuk senantiasa bersyukur atas nikmat tersebut, yang diwujudkan melalui ibadah yang tulus, kepatuhan kepada syariat, serta pengesaan terhadap-Nya tanpa menyekutukan-Nya dengan apa pun. Rasa syukur sejati, sebagaimana yang dimaksud dalam wahyu ini, tercermin dalam ketaatan, pengabdian, dan kerelaan menerima ketentuan Allah secara utuh.

Industri makanan di Indonesia telah berkembang pesat, terutama karena meningkatnya kesadaran konsumen. Sertifikasi halal sangat penting bagi konsumen untuk memutuskan apa yang mereka beli, terutama di Pontianak. Dalam halnya, sertifikasi halal dan kesadaran halal menjadi faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Pontianak Kota. Dalam hal makanan, kehalalan sebuah produk sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, dimana sertifikasi halal menjamin bahwa produk memenuhi standar kehalalan yang sesuai dengan ajaran agama. Selain sertifikasi halal, kesadaran tentang halal adalah faktor penting dalam membuat keputusan tentang apa yang harus dibeli (Amani et al., 2024).

Sertifikasi produk halal adalah serangkaian prosedur yang harus dilaksanakan oleh pelaku usaha, perseorangan maupun badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun tidak berbadan hukum, untuk memperoleh

sertifikasi halal (Warto & Samsuri, 2020). Sertifikasi merupakan persyaratan yang harus dimiliki ketika melakukan proses pengawasan kualitas makanan, tentunya harus sesuai dengan hukum syariah guna menjamin kesehatan dan manfaat konsumsi. Sertifikasi halal bisa memberikan kepastian hukum, keadilan, perlindungan, transparansi, dan profesionalitas terhadap produksi produk, sehingga bisa membuat konsumen semakin percaya dan tertarik untuk melakukan pembelian produk (Rahayuningsih & Ghozali, 2021).

Namun menurut Faridah (2019) banyak produk yang masih kekurangan informasi mengenai kehalalannya, yang menyebabkan umat Islam mempertimbangkan kembali untuk membeli produk tersebut karena ketidakpastian produk yang dijual. Sedangkan di sisi dalam penelitian Kasnelly & Jalil (2019) menjelaskan bahwa sertifikasi halal penting bagi umat Islam karena menjamin keamanan, memungkinkan mereka dalam memilih makanan yang sehat dan sesuai dengan agama mereka. Penelitian tersebut juga menyatakan bahwa hal ini akan berkaitan dengan loyalitas konsumen terhadap produk bersertifikasi halal serta keputusan pembelian.

Kesadaran halal merupakan konsep yang berkaitan dengan pemahaman seseorang terhadap suatu hal, khususnya terkait dengan prinsip-prinsip halal dalam agama Islam. Kesadaran halal konsumen mencakup pengetahuan seorang muslim tentang produk halal, termasuk bagaimana produk tersebut dipersiapkan, ditangani, dan disimpan, serta pengetahuan mereka tentang sistem distribusi. Dengan kata lain, kesadaran halal adalah kemampuan untuk memahami semua hal yang berkaitan dengan kehalalan dan mengkonsumsi barang yang tidak mengandung bahan yang dilarang. Pemahaman seorang muslim tentang prinsip-prinsip halal dapat ditingkatkan dengan kesadaran halal. Dalam konteks produk halal, hal ini mengacu pada kesadaran akan apa yang dapat diterima atau diizinkan untuk dimakan dan apa yang berbahaya atau dilarang oleh hukum Islam seperti yang dinyatakan dalam Al Qur'an dan hadits. Masyarakat muslim akan memilih produk makanan dengan lebih

hati-hati jika mereka sadar akan kehalalannya, yang dapat membantu menjelaskan mengapa konsumen memilih untuk membeli produk halal. (Ummah et al., 2023).

Konsep tentang halal dan haram sangat penting karena berkaitan dengan tingkat keimanan seorang muslim. Kesadaran halal adalah keadaan yang disengaja yang di mana seorang muslim memiliki pemahaman tentang syariah, mengetahui metode penyembelihan yang sesuai dengan aturan agama, serta mengutamakan konsumsi makanan yang halal (Septiani & Ridlwan, 2020). Sebagaimana telah dijelaskan didalam Al-Qur'an, Allah berfirman dalam Surah Al Baqarah : 168 yang berbunyi :

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًاۖ وَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: "wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata".

Dikutip dari Tafsir Qur'an Kemenag, Allah SWT memerintahkan umat muslim, makan makanan yang halal dan baik yang telah tersedia di bumi. Hal ini juga mencakup mengapa Allah SWT menciptakan bumi dan segala isinya untuk dimanfaatkan oleh manusia. Makanan yang tidak haram dari segi bahan atau cara pembuatannya dikenal sebagai makanan halal. Makanan yang baik, bagaimanapun, didefinisikan sebagai makanan yang aman, bergizi, dan tidak berlebihan.

Menurut pemahaman Ibnu Katsir, Allah SWT menghalalkan setiap makanan yang ada di muka bumi ini selama makanan tersebut halal, sehat, dan tidak membahayakan fisik maupun mental. Itulah contoh karunia Allah SWT. Meskipun Allah SWT tidak membatasi makanan tertentu, beberapa hamba-Nya melakukannya sesuai dengan preferensi dan aturan mereka sendiri.

Dalam penelitian Cupian et al. (2023) menyatakan bahwa sertifikasi halal, kesadaran halal, dan bahan makanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli produk makanan halal di masyarakat muslim. Penelitian sebelumnya mengindikasikan bahwa konsumen yang mempunyai kesadaran tinggi akan kehalalan

cenderung lebih selektif untuk memilih produk, meningkatkan minat membeli makanan yang bersertifikat halal. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian bahwa adanya sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, yang berdampak positif pada keputusan pembelian.

Penelitian Lativia et al. (2022) mengindikasikan bahwa perilaku konsumen muslim dalam pengambilan keputusan pembelian produk makanan sangat dipengaruhi beberapa faktor, terutama label halal dan religiusitas. Penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden di Kota Bogor memperhatikan keberadaan label halal sebelum membeli produk makanan. Hal ini sejalan dengan prinsip konsumsi dalam Islam yang menekankan pentingnya kehalalan produk.

Penelitian Ernawati & Koerniawan (2023) mengungkapkan bahwa label halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pembelian produk UMKM, sementara kesadaran halal tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menegaskan pentingnya label halal sebagai faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen muslim. Di sisi lain, rendahnya pengaruh kesadaran halal menunjukkan bahwa banyak konsumen mungkin membeli tanpa mempertimbangkan proses kehalalan secara mendalam, melainkan hanya berdasarkan identitas penjual.

Penelitian Triana (2021) menunjukkan bahwa sertifikasi halal, bahan makanan, dan citra merek produk secara signifikan memengaruhi konsumsi produk makanan halal. Sementara itu, kesadaran halal tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Hasil ini sejalan dengan teori konsumen yang menekankan pentingnya faktor-faktor eksternal, seperti sertifikasi dan citra merek, dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian Safitri & Nurdin (2021) mengungkapkan bahwa kesadaran halal, harga, keragaman produk, dan promosi penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku impulse buying produk di kalangan mahasiswi. Hasil analisis menunjukkan bahwa setiap faktor memiliki kontribusi positif, di mana keragaman produk menjadi variabel yang paling dominan. Hasil ini menegaskan pentingnya

aspek-aspek tersebut dalam strategi pemasaran, terutama di pasar yang sensitif terhadap nilai-nilai halal. Berdasarkan masalah yang telah dibahas diatas peneliti berusaha mencari fakta yang ada dilapangan melalui wawancara kepada masyarakat Pontianak Kota untuk menemukan data pra riset yaitu sebagai berikut.

Tabel 1. 1 Data Pra Riset

No	Pertanyaan	Jawaban		Target Kuesioner
		Ya	**Tidak**	
A.	**Pemahaman Mengenai Produk Makanan Halal**			
	1. Saya sudah memahami mengenai produk makanan halal	35	15	**50**
		70%	30%	**100%**
B.	**Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Makanan**			
	1. Saya ingin membeli produk makanan karena telah bersertifikasi halal?	30	20	**50**
		60%	40%	**100%**
	2. Saya memperhatikan komposisi bahan baku makanan sebelum memutuskan untuk membeli?	33	17	**50**
		66%	34%	**100%**

Sumber: Data Primer (2025)

Pada Tabel 1.2 memaparkan hasil dari data pra riset yang dapat disimpulkan bahwa tingkat pemahaman masyarakat mengenai produk halal sudah cukup baik. Dari 50 responden, sebanyak 70% menyatakan bahwa mereka telah memahami mengenai produk halal, sementara 30% belum memiliki pemahaman tersebut. Meskipun mayoritas masyarakat sudah memiliki kesadaran akan pentingnya produk halal, masih terdapat sebagian masyarakat yang belum memahami konsep ini dengan baik. Selain itu, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk makanan juga menunjukkan bahwa masih terdapat perbedaan dalam pola pikir konsumen. Sebanyak 60% responden menyatakan bahwa mereka ingin membeli produk makanan yang telah bersertifikasi halal, sementara 40% lainnya tidak menjadikan sertifikasi halal sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian mereka. Namun, kesadaran

masyarakat terhadap status kehalalan produk yang mereka beli tergolong tinggi, dimana 66% responden menyatakan bahwa mereka sadar akan komposisi bahan baku makanan yang akan dibeli, sementara 34% lainnya belum memiliki kesadaran tersebut sepenuhnya. Hal ini menunjukkan meskipun sebagian besar masyarakat sudah memahami konsep halal dan memiliki kesadaran akan pentingnya memilih produk halal, masih ada sebagian yang belum menjadikan sertifikasi halal sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian mereka.

Dimana, ini dinyatakan dalam penelitian Kasnelly & Jalil (2019) menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan terhadap kehalalan suatu produk, yang dijamin oleh adanya sertifikasi halal, mendorong konsumen untuk lebih memilih produk tersebut. Sejalan dengan prinsip dalam Islam yang mengharuskan umat muslim makan makanan yang halal, serta membuktikan bahwa kesadaran akan kehalalan dapat meningkatkan selektivitas konsumen dalam memilih produk. Serta pada penelitian Ustanti et al. (2022) yang menyatakan kesadaran halal memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa pemahaman yang baik tentang kehalalan produk akan mendorong konsumen untuk lebih memilih produk tersebut. Penelitian ini memberikan kontribusi yang penting untuk memahami perilaku konsumen, khususnya dalam konteks pasar yang lebih sensitif terhadap nilai-nilai agama seperti di Indonesia.

Pada kesempatan ini peneliti ingin melakukan penelitian lebih dalam mengenai dua faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, yaitu faktor sertifikasi halal dan kesadaran halal, karena peneliti menduga bahwa faktor tersebut memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian makanan konsumen muslim di Pontianak Kota. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam menambah pengetahuan dan menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.

1.2. Rumusan Masalah

1.2.1. Pernyataan Masalah

Pernyataan masalah berdasarkan latar belakang diatas diperolah fakta bahwa perkembangan jumlah UMKM di Pontianak terus mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya, dengan meningkatnya jumlah UMKM maka masyarakat muslim akan selektif dalam menentukan pilihannya, yang dimana keputusan membeli dan memilih produk makanan yang telah bersertifikasi halal, sudah pasti memberikan jaminan yang halal dan bagi muslim, makan makanan halal adalah suatu kewajiban dalam memenuhi perintah Allah SWT, adanya sertifikasi halal membantu konsumen menyadari bahwa barang dengan label halal adalah barang berkualitas tinggi dan bebas dari komponen berbahaya atau terlarang. Akan tetapi, dalam praktiknya masih terdapat konsumen yang belum mengutamakan kehalalan produk sebagai faktor utama, hal ini disebabkan masih kurangnya pemahaman akan kehalalan produk makanan yang mencapai 30%.

Berdasarkan data pra riset yang sudah dikumpulkan oleh peneliti, diketahui hasil pada penelitian ini menunjukan bahwa masyarakat belum sepenuhnya memahami pentingnya sertifikasi halal pada produk makanan meskipun sertifikasi halal telah menjadi salah satu standar yang diakui untuk menjamin kehalalan produk, namun tingkat pemahaman dan kesadaran konsumen tentang pentingnya sertifikasi halal dalam menentukan pilihan produk makanan masih bervariasi. Dengan demikian, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut untuk memahami pengaruh variabel sertifikasi halal dan kesadaran halal dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

a. Bagaimana pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk makanan halal di Pontianak Kota?
b. Bagaimana pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk makanan halal di Pontianak Kota?

1.3. Tujuan Penelitian

a. Untuk mengidentifikasi pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk makanan halal di Pontianak Kota.
b. Untuk mengidentifikasi pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk makanan halal di Pontianak Kota.

1.4. Kontribusi Penelitian

1.4.1. Kontribusi Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan serta pemahaman tentang sertifikasi halal dari berbagai faktor yang berpengaruh pada keputusan konsumen dan menjadi sumber informasi dan instrument efektif dalam mendorong pengembangan industri makanan halal di Pontianak dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2. Kontribusi Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana sertifikasi halal berpengaruh pada konsumen muslim dan diharapkan dengan adanya sertifikasi halal ini bisa menambah dan memperdalam pengetahuan konsumen dalam pengambilan keputusan sebelum membeli produk makanan.

1.4.3. Kontribusi Agamis

Penelitian ini diharapkan masyarakat menyadari pentingnya sertifikasi halal pada produk makanan sehingga hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip syariat Islam yang mengharamkan konsumsi makanan yang berasal dari sumber najis atau meragukan kehalalannya, serta mewujudkan jaminan produk halal dan memenuhi tuntutan konsumen muslim akan produk yang sesuai dengan syariat Islam.