



DINAMIKA INDUSTRI HALAL FOOD PADA KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Kasus Toko Kue Dan Bolu Alfina Jakarta Barat)

Vina Nisrina, Mukhlisatul Jannah, Ma'mun Nawawi

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

E-mail : vinanisrina94@gmail.com

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis dinamika halal food berupa toko kue dan bolu alfina di jakarta barat. Pendekatan penelitian menggunakan penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan wawancara terstruktur dan metode partisipan observasi. Hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan toko kue dan bolu alfina mampu mengedepankan kaidah prinsip halal food guna mengambil hati kepuasan pelanggan.

Keywords : industri halal food, kepuasan pelanggan,

Received : 29 Mei 2024

Occupation : FEBI UIN SMH Banten

E-mail : vinanisrina94@gmail.com

A. INTRODUCTION

Industri halal menjadi tren di seluruh dunia. Hal ini terbukti dari prospek industri halal yang terus meningkat setiap tahunnya. Laporan dari *State of The Global Islamic Report* pada tahun 2019 menyatakan bahwa sekitar 1,8 miliar orang muslim adalah pelanggan industri halal. Dengan total pengeluaran konsumen sebesar 2,2 triliun dolar, peluang konsumen industri halal meningkat sebesar 5,2 persen per tahun. Diperkirakan jumlah ini akan terus meningkat setiap tahunnya. Menurut proyeksi dari CAGR (*Compound Annual Growth Rate*) industri halal akan meningkat hingga 6,2 persen dari 2018 hingga 2024. Konsumen industri halal juga akan menghabiskan lebih banyak uang hingga mencapai 3,2 triliun dolar pada tahun 2024. Data tersebut menunjukkan bahwa industri halal memiliki prospek yang sangat cerah untuk diikuti. Setiap tahun, industri halal terus mengalami pertumbuhan yang positif tentunya berdampak positif pada ekonomi Indonesia. Kontribusi ini dapat dilihat dari Produk Domestik Bruto (PDB). Ekonomi syariah telah terbukti memberikan kontribusi sebesar USD 3,8 miliar setiap tahun.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan Jiwa), pada tahun 2022 sebanyak 275,773 juta jiwa dan pada tahun 2023 sebanyak 278,696 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, sebanyak 236,53 juta jiwa (86,88%) beragama Islam. Artinya mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim. Indonesia sudah seharusnya bertindak proaktif untuk mengoptimalkan posisinya sebagai pasar dan penyedia produk halal. Jika organisasi asing mengadopsi standar halal Indonesia, itu pasti akan menguntungkan masyarakat Indonesia, baik dari segi pembeli maupun produsen. Sehingga pelanggan terlindungi dari produk-produk yang tidak jelas keasliannya. Selain itu, pelaku bisnis telah memperoleh kepastian tentang persyaratan halal yang harus mereka penuhi sebelum memasarkan produk mereka melalui standar yang telah diakui bersama.

Al-Quran mengatakan: “Makanlah makanan yang halal dan makanan yang baik”, yang merupakan perintah Allah SWT kepada umat Islam. Namun, ketika teknologi belum berkembang, penentuan status kehalalan suatu makanan menjadi suatu permasalahan. Era globalisasi menjadi semakin sulit. Oleh karena itu, perlu ada jaminan dan kepastian bahwa produk makanan yang dikonsumsi oleh umat Islam. Ini dapat dilakukan dengan menyertakan sertifikat halal pada produk yang memungkinkan produsen menempatkan label halal pada kemasannya. Untuk menjamin kehalalan suatu pangan, perlu dilakukan verifikasi bahwa sertifikat halal tersebut sesuai dengan persyaratan syariah yang telah ditetapkan. Dalam hal ini, lembaga penerbit sertifikat halal harus memenuhi syarat dan syarat keanggotaan yang ditetapkan MUI.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Indonesia memiliki otoritas untuk menjamin kehalalan produk. LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian, Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) memberikan dukungan

Received : 29 Mei 2024
Occupation : FEBI UIN SMH Banten
E-mail : vinanistrina94@gmail.com



kepada MUI dalam operasinya. Organisasi ini didirikan untuk membantu Majelis Ulama Indonesia dalam menentukan kebijaksanaan, membuat peraturan, saran, dan arahan tentang makanan, obat-obatan, dan kosmetik sesuai dengan ajaran Islam. Tujuan utama dari LPPOM MUI adalah memberikan jaminan kepada masyarakat bahwa produk yang mereka konsumsi telah memenuhi standar kehalalan Islam. Dengan kata lain, LPPOM MUI didirikan untuk membuat masyarakat tenang tentang barang yang mereka konsumsi. Sebenarnya, lembaga ini bertanggung jawab untuk memberikan sertifikat halal kepada bisnis yang akan mencantumkan label halal. BPJPH memiliki kewenangan untuk memberikan label halal kepada produk makanan yang telah lulus proses sertifikasi halal. Label halal ini memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk tersebut telah memenuhi standar halal yang ditetapkan.

Label halal Indonesia merupakan sebuah rangkaian yang terdiri atas Logo Halal Indonesia yang disertai dengan nomor sertifikat halal yang ditampilkan dalam satu kesatuan. Label halal memiliki fungsi untuk menjadi penanda produk yang telah lolos sertifikasi halal. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama menetapkan label halal yang berlaku secara nasional. Penetapan label halal tersebut dituangkan dalam Keputusan Kepala BPJPH Nomor 40 Tahun 2022 tentang Penetapan Label Halal. Sekretaris BPJPH Muhammad Arfi Hatim menjelaskan bahwa label halal Indonesia berlaku secara nasional. Label ini sekaligus menjadi tanda suatu produk telah terjamin kehalalannya dan memiliki sertifikat halal yang diterbitkan BPJPH. Oleh karena itu, pencantuman label halal Indonesia wajib dilakukan pada kemasan produk, bagian tertentu dari produk, dan/atau tempat tertentu pada produk. Sebagai penanda kehalalan suatu produk, maka pencantuman label halal harus mudah dilihat dan dibaca oleh masyarakat atau pelanggan. Pencantuman label halal juga dipastikan tidak mudah dihapus, dilepas, dan dirusak, dan dilaksanakan sesuai ketentuan.

Penyalahgunaan label halal pada produk yang tidak memenuhi standar kehalalan atau tidak memiliki sertifikasi yang sah merupakan masalah besar bagi masyarakat. Hal ini dapat menimbulkan ketidakpercayaan dan kekhawatiran di kalangan pelanggan, terutama bagi mereka yang memperhatikan kehalalan produk sesuai dengan ajaran Islam. Beberapa hal dapat menyebabkan penyalahgunaan label halal. Pertama adalah produsen atau pengecer yang menggunakan label halal untuk keuntungan finansial tanpa memastikan bahwa produk tersebut memenuhi standar kehalalan. Kedua adalah proses sertifikasi halal yang tidak cukup ketat atau tidak diawasi secara ketat, dan ketiga adalah kurangnya pengawasan terhadap produk yang dijual dengan label halal dapat meningkatkan risiko penyalahgunaan label halal.

Beberapa pelaku usaha mungkin secara tidak benar menggunakan label halal untuk menarik pelanggan muslim tanpa benar-benar memenuhi persyaratan kehalalan. Hal ini terjadi di Indonesia, salah satu kasus nyata Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama (Kemenag) mencabut sertifikat halal untuk produk jus buah bermerk dagang Nabidz. Kepala BPJPH Muhammad Aqil Irham mengatakan, pencabutan ini berdasarkan hasil investigasi Tim Pengawas BPJPH yang menemukan adanya pelanggaran dalam proses sertifikasi halal produk tersebut. Pemilik usaha berinisial BY melakukan pelanggaran berupa pencantuman label halal pada produk yang berbeda pada sertifikat halal. Label halal untuk produk jus buah anggur dengan sengaja dicantumkan oleh pelaku usaha pada produk wine dengan merk Nabidz.

Meyakinkan pelanggan terhadap suatu produk bukanlah hal yang mudah. Ada banyak faktor yang mempengaruhi pilihan dan retensi pelanggan terhadap suatu produk. Salah satunya adalah yang disebutkan di atas, label halal suatu produk. Kemudian, dengan adanya label halal pada kemasan produk menciptakan persepsi harga, karena label halal pelanggan

membuat umat Islam semakin percaya terhadap produk. Persepsi harga merupakan elemen lain yang sama pentingnya dalam produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

Menurut (Alex, 2010) persepsi adalah pandangan, pengertian, atau bagaimana cara seseorang memandang serta mengartikan sesuatu. Menurut (Kotler, 2012) harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk yang akan dibeli. Dapat disimpulkan persepsi harga adalah pandangan atau pengamatan pelanggan mengenai informasi besarnya jumlah uang yang akan digunakan untuk mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan dan sesuai untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Harga juga bisa dikatakan elemen penting dalam suatu produk, hal inilah yang membuat persepsi pelanggan atas suatu produk tersebut.

Persepsi harga menjadi faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Jika harga suatu barang atau jasa relatif mahal, permintaan akan menurun, tetapi jika harganya relatif murah, permintaan akan menjadi meningkat. Namun, jika harganya relatif mahal, kualitas barang atau jasa yang diberikan akan memberikan tingkat kepuasan kepada pelanggan. Pelanggan cenderung membandingkan harga produk dengan produk serupa dari pesaing serta mempertimbangkan manfaat yang diterima. Jika mereka merasa mendapatkan nilai yang lebih baik dari produk atau layanan yang ditawarkan, maka harga akan dianggap wajar. Perusahaan harus mampu secara efektif mengkomunikasikan nilai produk atau layanan kepada pelanggan, sehingga mereka memahami alasan di balik harga yang ditetapkan. Faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, situasi pasar, dan kondisi keuangan individu juga turut memengaruhi persepsi harga. Di samping itu, pentingnya komunikasi nilai tak bisa diabaikan. Keseluruhan, pemahaman yang mendalam terhadap faktor-faktor ini dan manajemennya dengan baik akan membantu perusahaan dalam menetapkan harga yang tepat dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Keterkaitan antara persepsi harga, label halal, dan kepuasan pelanggan membentuk landasan penting dalam pasar produk halal. Persepsi harga memainkan peran kunci dalam menentukan nilai produk bagi konsumen. Dalam konteks produk halal, konsumen mungkin bersedia membayar lebih mahal untuk produk yang dianggap halal karena nilainya yang lebih tinggi dalam aspek agama dan kepercayaan. Namun, harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi kepuasan pelanggan jika tidak sebanding dengan nilai yang diterima.

Dalam penelitian terdapat beberapa faktor yang menyebabkan kepuasan pelanggan diantaranya label halal ini menunjukkan bahwa produk tersebut diproduksi dan diproses sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam, sehingga dapat dikonsumsi dengan keyakinan oleh pelanggan Muslim. Kehalalan produk dapat menjadi faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, terutama bagi pelanggan yang memperhatikan kepatuhan agama dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi harga juga merupakan faktor yang signifikan dalam kepuasan pelanggan. Pelanggan sering kali mencari nilai tambah dan keunggulan dalam harga yang mereka bayar. Harga yang wajar dan sebanding dengan kualitas produk atau layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun, penting untuk diingat bahwa harga yang rendah tidak selalu menjamin kepuasan pelanggan jika kualitas produk atau layanan tidak memenuhi harapan (Trihatmojo & Muljaningsih, 2022).

Toko Kue dan Bolu Alfina memiliki sertifikat halal dengan nomor LPPOM MUI I7200023670416 dan PIRT No 206367101025121. Kehadiran sertifikat halal ini menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan oleh toko tersebut telah melewati proses pemeriksaan dan verifikasi oleh Lembaga Pengkajian, Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika

Received : 29 Mei 2024
Occupation : FEBI UIN SMH Banten
E-mail : vinanistrina94@gmail.com

Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI), serta memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan oleh agama Islam. Dengan adanya label halal yang resmi terpasang pada produk mereka, toko tersebut memberikan jaminan kepada pelanggan bahwa produknya diproduksi dengan memperhatikan aspek kehalalan yang ketat. Kehadiran label halal ini sangat penting karena menarik minat pelanggan Muslim yang memperhatikan kehalalan produk yang mereka konsumsi. Selain itu, label halal juga menciptakan rasa kepercayaan dan keyakinan yang lebih besar dalam pikiran pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, kehadiran sertifikat halal dan label halal pada produk Toko Kue dan Bolu Alfina tidak hanya memberikan keyakinan kepada pelanggan akan kehalalan produk, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif bagi toko tersebut di pasaran. Hal ini membantu meningkatkan daya tarik produk mereka di mata pelanggan Muslim, serta memperluas pangsa pasar dan potensi penjualan.

Berdasarkan sosial media berupa instagram Toko Kue dan Bolu Alfina Jakarta Barat toko ini menawarkan beragam menu seperti Roti Krumbul, Brownis Kukus, Bolu Special, Bolu Tiga Rasa, Bolu Pisang, Lapis Legit Special, Lapis Mandarin, Lapis Surabaya, dan Bika Ambon. Selain itu, Toko Kue dan Bolu Alfina juga menyediakan berbagai snack seperti Basreng, Keripik Bayam, Tahu Krispi, dan lainnya. Best seller di toko ini antara lain Bolu Pisang dan Bika Ambon untuk kue, serta Keripik Bayam dan Peyek untuk snack. Menu kue ulang tahun bisa disesuaikan dengan keinginan pelanggan atau dipilih langsung dari display. Produksi kue dilakukan di Cabang Ceger Jakarta Selatan dan Srengseng Jakarta Barat. Harga yang terjangkau disertai dengan kualitas bersaing, menjadikan toko ini diminati oleh pelanggan. Waktu kunjungan pelanggan ke toko umumnya mulai dari pukul 18.00 hingga 22.00 WIB. Toko Kue dan Bolu Alfina, yang telah memperoleh sertifikat halal, menarik lebih banyak pelanggan. Meski begitu, para pegawai menghadapi tantangan terkait keluhan pelanggan, terutama terkait diskon untuk kue dan bolu yang sudah melewati 2 hari. Meskipun demikian, toko ini mencapai omzet harian sekitar 10-12 juta rupiah, dengan 6 cabang di Jakarta dan kantor cabang di Pamulang, serta 7 cabang di Jawa beserta Kantor Pusat. Keberhasilan toko ini mencerminkan popularitasnya dan ekspansi bisnis yang berhasil. Meskipun demikian, penanganan keluhan dan tantangan operasional tetap kunci untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Adapun permasalahan dari Toko Kue dan Bolu Alfina Jakarta Barat ini kurangnya kebijakan retur atau pengembalian yang ramah terhadap pelanggan, pelanggan merasa sulit atau tidak mungkin untuk mengembalikan atau menukar produk yang tidak puas. Hal ini dapat menyebabkan pelanggan merasa kecewa dan tidak puas dengan pengalaman berbelanja di toko kue tersebut. Akibatnya, pelanggan mungkin akan mencari toko kue lain yang lebih memperhatikan kebutuhan dan kepuasan pelanggan, mengurangi kepuasan pelanggan di toko kue bolu tersebut. Oleh karena itu, penting bagi toko kue untuk memiliki kebijakan retur atau pengembalian yang ramah pelanggan untuk menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

B. Tinjauan Pustaka

Klaster Industri Halal

Menurut (Sayekti Nidya Waras, 2021) Lambang halal sudah menjadi standar dan barometer dunia yang menentukan kualitas produk. Oleh karena itu, halal telah menjadi fenomena universal yang diapresiasi sebagai bangsa.

Received : 29 Mei 2024

Occupation : FEBI UIN SMH Banten

E-mail : vinanistrina94@gmail.com

Dalam masterplan Ekonomi dan Keuangan Syariah (MESI) 2019-2024, Penguatan rantai nilai halal (halal value chain) dilakukan melalui pembentukan halal hub daerah,sertifikasi halal,kampanye halal life style,insentif,investasi dan kerja sama nternasional. Dalam penguatan halal value chain, terdapat sejumlah industri yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat Muslim yang terbagi menjadi beberapa klaster, yaitu:

Makanan dan minuman halal

Makanan dan minuman halal merupakan kebutuhan dasar setiap insan. Bagi seorang Muslim, makanan dan minuman halal adalah keharusan, karena konsumsi keduanya menggambarkan ketaatan kepada Sang Pencipta. Pengembangan industri makanan dan minuman halal di Indonesia membutuhkan rantai yang dapat menggambarkan peta peluang dan tantangan dalam industri. Dalam konteks industri makanan dan minuman halal, nilai kehalalan suatu produk harus terjaga mulai bahan baku hingga produk jadi yang siap konsumsi.

Penerapan manajemen rantai nilai halal sangat diperlukan untuk menjamin kualitas kehalalan produk dan jasa. Penanganan produk harus berbeda dan terpisahkan antara yang halal dengan tidak halal. Prosesnya harus berlangsung dari hulu hingga hilir, sehingga masyarakat dapat dengan mudah membedakan keduanya.

Dengan rantai nilai halal maka harapan akan standar mutu, kualitas, pelayanan produk dan jasa halal menjadi kenyataan. Semuanya terintegrasi mulai dari input, produksi, distribusi, pemasaran, dan konsumsi. Produk makanan dalam inputnya harus terjamin kehalalannya mulai dari saat dternak, pakan ternak, pupuk dan bahan kimia yang digunakan harus halal. Kemudian nilai kehalalan produk harus tetap terjaga saat dalam proses pengolahan bahan baku sampai kepada hasil akhir produk.

Label Halal.

Menurut (Faridah, 2019) terdapat tiga jenis label berdasarkan fungsinya. Pertama adalah label merek, yang khusus digunakan sebagai identitas merek tertentu. Kedua adalah grade label, yang menunjukkan tingkat kualitas suatu barang melalui tulisan atau kata-kata tertentu. Dan ketiga adalah label deskriptif, yang menyediakan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi, pemeliharaan penampilan, serta karakteristik lainnya dari suatu produk.

Di samping itu, label juga dapat digunakan sebagai alat branding dan pemasaran, dengan menyertakan logo, slogan, atau informasi lain yang membantu mengidentifikasi merek atau produk tertentu. Pentingnya label juga terlihat dalam aspek keamanan dan regulasi, di mana label dapat digunakan untuk memenuhi persyaratan hukum tertentu, seperti peraturan keselamatan produk atau informasi tentang penggunaan yang tepat. Dengan demikian, label tidak hanya berfungsi sebagai penanda, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang penting dalam berbagai konteks untuk memberikan informasi yang relevan kepada pengguna ((Muhammad Fahmul Iltiham & Nizar, 2020)

Pada ajaran hukum Islam, halal dan haram adalah masalah yang sangat penting dan dianggap sebagai inti dari keberagaman, karena setiap orang yang beragama Islam diharuskan untuk memastikan terlebih dahulu apa yang dilakukan atau digunakan, serta apa yang dikonsumsi. Ini boleh dilakukan, digunakan, atau dikonsumsi jika itu halal.



Namun, jika jelas haram, seorang muslim harus menghindarinya. Kedudukan halal dan haram sangat penting sehingga beberapa ulama menyatakan “hukum islam(fiqh) adalah pengetahuan tentang halal dan haram

C. METHODOLOGY

Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi penelitian ini pada toko kue dan bolu alfina yang terletak di Jakarta Barat. Fokus penelitian terletak pada pelanggan tetap dan karyawan toko kue dan bolu alfina.

Jenis dan fokus penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif. Menurut (Miles, 1993) Penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang menggunakan paham postpositivisme sebagai landasan berpikirnya yang digunakan untuk meneliti-meneliti suatu kondisi obyek alamiah, dalam metode penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan datanya dilakukan secara gabungan serta analisis data yang digunakan oleh metode penelitian kualitatif bersifat induktif/kualitatif sehingga hasil dari penelitiannya lebih memfokuskan pada makna dibandingkan keseluruhan (Moleong, 2014)

Analisa data Kualitatif

Menurut (Denzin, 2011) tahapan analisis data kualitatif adalah sebagai berikut :Membaca/mempelajari data, menandai kata kata kunci dan gagasan yang ada dalam kata, mempelajari kata kata kunci itu, berupaya menemukan tema tema yang berasal data, menuliskan model yang ditemukan, koding yang telah dilakukan. Di pihak lain Seiddel (1998) analisis data kualitatif proses berjalan sebagai berikut ; Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri. Mengumpulkan , memilah – milah ,mengklasifikasikan,mensitesiskan,membuat ikhtiar dan membuat indeks.Berpikir dengan jalan membuat agar kategoridata itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan hubungan dan membuat temuan umum.

D. Hasil dan Diskusi

Toko Kue Dan Bolu Alfina telah mengikuti kaidah kaidah yang berlaku sesuai kaidah pada industri halal terutama pada makanan dan minuman Hasil wawancara pada Humas toko kue dan bolu alfina :

Proses produksi kue bolu terjamin dari bahan baku kemudian pengepakan , ruang pendinginan dan pengolahan , kemudian kami mendaftarkan pada MUI untuk mendapatkan label halal

Pernyataan Humas sejalan oleh pelanggan tetap toko kue dan bolu Alfina

Saya pelanggan tetap toko kue dan bolu ini sudah lama serta kami yakin dengan halal pada produk kue dan bolu pada toko kue sehingga kami selaku pelanggan merasa puas.

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan jika toko kue dan bolu alfina telah menerapkan kaidah kaidah dalam penerapan label halal untuk memenuhi regulasi pada industri halal sektor food. pada hakekatnya toko kue dan bolu alfina mampu menerapkan kaidah kaidah pada label halal dengan proses dan pendistribusian produk makanan dan minuman lainnya juga harus terjamin di dalam pergudagangan, pengepakan, ruang pendinginan dan pengolahan. selain itu pada proses pemasaran harus menunjukkan nilai Syariah mulai dibawa dari supplier hingga ke konsumen.

E. CONCLUSION

Toko kue dan bolu Alfina pada hakekatnya sudah mendukung labelisasi halal guna percepatan regulasi terkait halal industri seperti rancangan peraturan pemerintah terkait BPJH. Diharapkan kepuasan pelanggan dapat terjaga sehingga toko kue dan bolu alfina mampu menjaga eksistensi dengan menerapkan halal food guna mendukung industri halal pada sektor food

Penelitian ini hanya dilakukan pada toko kue dan bolu alfina, serta bersifat kualitatif . Saran untuk peneliti selanjutnya adalah menguji kembali model penelitian ini pada industri halal food yang sejenis. Selain itu, penelitian dengan menggunakan variabel label halal dan norma subjektif perlu diteliti lebih lanjut dengan menambahkan variabel dengan tema regulasi halal karena penjualan secara online tanpa menggunakan regulasi halal memiliki resiko tersendiri terkait label halal dan ada pengaruh hubungan sosial di dunia maya

Received : 29 Mei 2024
Occupation : FEBI UIN SMH Banten
E-mail : vinanistrina94@gmail.com

REFERENCES

- Alex, S. (2010). *Psikologi umum*. Pustaka setia.
- Denzin, N. K. . & L. Y. S. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. Sage.
- Faridah, H. D. (2019). Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68–78.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Rajawali Press.
- Miles, M. B. and H. M. (1993). *Qualitative Data Analysis*. Sage Publication.
- Moleong, J. L. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosda Karya.
- Muhammad Fahmul Iltiham, & Nizar, M. (2020). Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian. *Malia (Terakreditasi)*, 11(2), 311–326. <https://doi.org/10.35891/ml.v11i2.2149>
- Sayekti Nidya Waras. (2021). *Kawasan Industri Halal: Upaya menuju Indonesia pusat produsen Halal Indonesia (Pertama)*.
- Trihatmojo, G. R., & Muljaningsih, S. (2022). Pengaruh Label Halal, Persepsi Harga, Dan Pendapatan Terhadap Konsumsi Produk Obat Batuk. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 1(3), 231–243. <http://dx.doi.org/10.21776/ieff>.

Received : 29 Mei 2024
Occupation : FEBI UIN SMH Banten
E-mail : vinanistrina94@gmail.com