

**PENGARUH SERTIFIKAT HALAL TERHADAP MINAT
MASYARAKAT MEMBELI PRODUK MAKANAN
BERLABEL HALAL DI PALEMBANG
(Studi Kasus Mahasiswa-Mahasiswi FAI UM Palembang)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi (S.E)

oleh :

Ibnu Agil

642022007

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG 2026

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Hal : Persetujuan Skripsi

Kepada Yth,
Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Palembang

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah kami periksa dan mengadakan perbaikan-perbaikan seperlunya, maka skripsi yang berjudul "PENGARUH SERTIFIKAT HALAL TERHADAP MINAT MASYARAKAT MEMBELI PRODUK MAKANAN BERLABEL HALAL DI PALEMBANG (Studi Kasus Mahasiswa-Mahasiswi FAI UM Palembang) , yang ditulis oleh Ibnu Agil Nim 642022007 telah diajukan dalam bidang Munaqosah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Demikian terimakasih

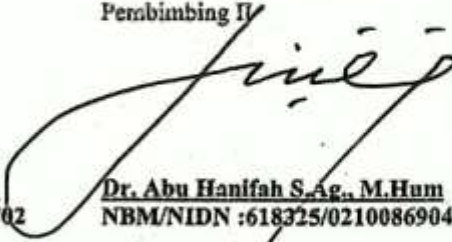
Billahi Fisabilil hag Fastabiqul Khairat

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Palembang, 20 Mei 2026

Pembimbing I

Pembimbing II



Rina Dwi Wulandari. S.E., M.Si
NBM/NIDN : 1152552/0211048702

Dr. Abu Hanifah S. Ag., M.Hum
NBM/NIDN : 618325/0210086904

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH SERTIFIKAT HALAL TERHADAP MINAT MASYARAKAT MEMBELI PRODUK MAKANAN BERLABEL HALAL DI PALEMBANG

(Studi Kasus Mahasiswa-Mahasiswi FAI UM Palembang)

Yang ditulis : Ibnu Agil NIM.642022007

Telah dimunaqasahkan dan dipertahankan

Didepan panitia penguji skripsi pada tanggal 13 Agustus 2026

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh

Gelar Sarjana (S.E)

Palembang, 13 Agustus 2026

Universitas Muhammadiyah Palembang Fakultas Agama Islam

Pantia Penguji Skripsi

Ketua

Dr. Rulitawati S. Ag. M. Pd. I

NBM/NIDN : 895638/0206057201

Sekretaris

Dr. Rijalush Shalihin S. E. M. H. I

NBM/NIDN: 108139/0205866801

Penguji I

Dr. Rijalush Shalihin S. E. M. H. I

NBM/NIDN: 108139/0205866801

Penguji II

Dr. Hoirul Amri M. E. SY

NBM/NIDN : 1098817/212056605

Mengesahkan

Dekan Fakultas Agama Islam



Dr. Purmasyah Arivadi S. Ag. M. Hum

NBM/NIDN : 731354/021512126904

PERYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ibnu Agil
Tempat/Tanggal Lahir : Sungai Jeruju /22 April 2004
NIM : 642022007
Program Studi : Ekonomi Syariah
Alamat : Dusun II RT:008 RW:004 desa sungai jeruju
kecamatan cengal

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa, skripsi yang berjudul **“PENGARUH SERTIFIKAT HALAL TERHADAP MINAT MASYARAKAT MEMBELI PRODUK MAKANAN BERLABEL HALAL DI PALEMBANG (Studi Kasus Mahasiswa-Mahasiswi FAI UM Palembang)”** adalah benar karya peneliti sendiri bukan merupakan jiplakan, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika terbukti tidak benar, maka sepenuhnya peneliti bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini peneliti buat dengan sesungguhnya

Palembang, 13 Agustus 2026



NIM : 642022007

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

"Jangan takut berjalan lambat, takutlah jika hanya diam di tempat. Karena setiap langkah kecil yang diiringi usaha akan mengantarkan pada tujuan yang besar."



Artinya : “Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya.”(QS. An-Najm: 39)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin, dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, atas nikmat kesehatan, kekuatan, dan kesempatan sehingga memberikan saya kemudahan dalam menyelesaikan skripsi saya dengan baik. Shalawat serta salam selalu dilimpahkan kepada Rasulullah SAW.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kepada Allah SWT.
2. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Kalter dan Ibu Hamida.
3. Kepada Saudari saya Viola Saftri, dan kakak ipar saya Yusuf
4. Untuk Teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan 2022 Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang
5. Untuk Almamater yang saya banggakan, yaitu Almamater Universitas Muhammadiyah Palembang.

ABSTRACT

Ibnu Agil (642022007). *The Influence of Halal Certification on Consumers' Interest in Purchasing Halal-Labeled Food Products in Palembang (A Case Study of Students of the Faculty of Islamic Studies, Universitas Muhammadiyah Palembang).* This research is motivated by the importance of halal certification as a guarantee of the halal status of food products for Muslim consumers, as well as the increasing demand for products that are safe, wholesome, high-quality, and in accordance with Islamic principles. Halal certification provides certainty regarding the halal status of a product and can increase consumers' sense of security, trust, and confidence when making purchasing decisions. The existence of halal certification also serves as a form of consumer protection for Muslims in ensuring that the food products they consume comply with halal requirements. However, in practice, some consumers still consider other factors, such as price, taste, quality, brand, packaging, and product popularity, meaning that halal certification is not necessarily the primary consideration in purchasing decisions. This study aims to determine the perceptions of students of the Faculty of Islamic Studies, Universitas Muhammadiyah Palembang, regarding halal certification, to determine their level of purchase interest in halal-labeled food products, and to analyze the influence of halal certification on students' purchase interest. This research employs a quantitative method, with data collected through questionnaires, observation, and documentation. The research sample consisted of students of the Faculty of Islamic Studies, Universitas Muhammadiyah Palembang, selected based on a predetermined sampling technique. Data analysis was conducted using simple linear regression to determine the influence of halal certification on purchase interest. The results show that halal certification has a positive and significant influence on students' interest in purchasing halal-labeled food products. This indicates that the better students' understanding, attention, and trust in halal certification, the higher their tendency to choose and purchase halal-labeled food products. Therefore, halal certification plays an important role in building consumer trust and encouraging purchase interest in halal-labeled food products. This research is expected to benefit consumers by increasing awareness of the importance of choosing halal products, provide business operators with considerations for improving halal certification ownership, and serve as an academic reference for further research on halal certification and Muslim consumer behavior.

Keywords: Halal Certification, Purchase Interest, Food Products, Halal Label, Muslim Consumers.

ABSTRAK

Ibnu Agil (642022007), Judul Skripsi : **PENGARUH SERTIFIKAT HALAL TERHADAP MINAT MASYARAKAT MEMBELI PRODUK MAKANAN BERLABEL HALAL DI PALEMBANG (Studi Kasus Mhasiswa/i FaI Universotas Muhammadiyah Palembang),** Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya sertifikat halal sebagai jaminan kehalalan produk makanan bagi konsumen Muslim serta meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk yang aman, baik, berkualitas, dan sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Sertifikat halal memberikan kepastian mengenai status kehalalan suatu produk sekaligus dapat meningkatkan rasa aman, kepercayaan, dan keyakinan konsumen dalam menentukan pilihan pembelian. Keberadaan sertifikat halal juga menjadi salah satu bentuk perlindungan bagi konsumen Muslim dalam memastikan bahwa produk makanan yang dikonsumsi telah memenuhi ketentuan kehalalan. Namun, dalam praktiknya, sebagian konsumen masih mempertimbangkan faktor lain, seperti harga, cita rasa, kualitas, merek, kemasan, dan popularitas produk, sehingga sertifikat halal belum tentu menjadi pertimbangan utama dalam melakukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa/i Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang terhadap sertifikat halal, mengetahui tingkat minat beli terhadap produk makanan berlabel halal, serta menganalisis pengaruh sertifikat halal terhadap minat beli mahasiswa/i. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Sampel penelitian adalah mahasiswa/i Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang yang ditentukan berdasarkan teknik sampling yang telah ditetapkan. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh variabel sertifikat halal terhadap minat beli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikat halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa/i dalam membeli produk makanan berlabel halal. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman, perhatian, dan kepercayaan mahasiswa/i terhadap sertifikat halal, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk memilih dan membeli produk makanan berlabel halal. Dengan demikian, sertifikat halal memiliki peranan penting dalam membangun kepercayaan konsumen sekaligus mendorong peningkatan minat beli terhadap produk makanan berlabel halal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi konsumen dalam meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya memilih produk halal, bagi pelaku usaha sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kepemilikan sertifikat halal, serta bagi pihak akademis sebagai referensi dalam pengembangan penelitian mengenai sertifikasi halal dan perilaku konsumen Muslim.

Kata Kunci: Sertifikat Halal, Minat Beli, Produk Makanan, Label Halal, Konsumen Muslim.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil 'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal di Palembang (Studi Kasus Mahasiswa-Mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang).” Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw., beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikut beliau hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Bapak M. Jauhari, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Kepada Ibu Rina Dwi Wulandari, S.E., M.Si. selaku Pembimbing I dan Bapak

Dr. Abu Hanifah, S.Ag., M. selaku Pembimbing II, yang telah dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, masukan, motivasi, serta ilmu yang sangat berharga kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga segala kebaikan dan ketulusan yang telah diberikan mendapat balasan terbaik dari Allah Swt. Aamiin.

5. Bapak dan Ibu dosen serta seluruh staf dan karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, bantuan, dan pelayanan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Kalter dan Ibu Hamidah, yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, semangat, motivasi, serta doa yang tiada henti kepada penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan, kerja keras, dan cinta yang telah diberikan selama ini. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Aamiin.
7. Teman-teman seperjuangan Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2022 yang telah memberikan motivasi, semangat, bantuan, kritik, dan saran yang membangun dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan ke depannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Billahi fii sabilil haq, fastabiqul khairat.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

DAFTAR ISI

PENGANTAR SKRIPSI	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I	 1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Pembatasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian Dan Kegunaan Penelitian	10
 BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, HIPOTESIS PENELITIAN DAN PENELITIAN YANG RELEVAN	 13
A. LANDASAN TEORI.....	13
1. Sertifikat Halal	13
2. Minat Beli Masyarakat	24
3. Produk Berlabel Halal	30
4. Palembang	36
5. Mahasiswa-Mahasiswi FAI UM Palembang	40
B. Kerangka Berpikir.....	43
C. Hipotesis Penelitian.....	44
D. Penelitian Yang Relevan	45

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
A. Pendekatan Penelitian	50
B. Populasi dan Sampel	52
1. Populasi	52
2. Sampel	53
C. Teknik Pengumpulan Data	55
1. Observasi	55
2. Angket (Kuesioner).....	58
3. Dokumentasi	60
D. Jenis Pengumpulan Data.....	62
1. Teknik Analisis Data	64
2. Hipotesis Statistik	71
E. Rencana (Pelaksanaan) dan Waktu Penelitian.....	71
1. Rencana Penelitian.....	71
2. Waktu Penelitian	72
3. Pengembangan Instrumen.....	72
BAB IV DESKRIPSI LOKASI, HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	75
B. Hasil Penelitian	77
1) Pengaruh Sertifikat Halal pada Produk Makanan di Palembang.....	77
2) Tingkat Minat Mahasiswa FAI dalam Membeli Produk Makanan Berlabel Halal di Palembang.....	88
3) Pengaruh Label Halal terhadap Minat Mahasiswa/i FAI Universitas Muhammadiyah Palembang dalam Membeli Produk Makanan Berlabel Halal	98
1) Deskripsi Data Penelitian.....	98
2) Uji Validitas	100
3) Uji Reabilitas.....	102
4) Uji Asumsi	103
5) Uji Lineritas	106
6) Uji Heterokedastisitas	109

7) Uji Hipotesis	110
a. Uji Linear sederhana	110
b. Uji T	111
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	112
4. Hasil Penelitian.....	114
BAB V PENUTUP	116
A. Kesimpulan.....	116
B. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Sampel Penelitian	53
Tabel III.2 Waktu Penelitian dan Jenis Kegiatan Penelitian	69
Tabel III.4 Kisi-Kisi Instrumen Angket	48
Tabel IV.1 Skor Skala Likert Angket Penelitian	76
Tabel IV.2 Data Skor Jawaban Responden terhadap Variabel X	77
Tabel IV.3 Tabel Kerja Variabel X (Sertifikat Halal).....	80
Tabel IV.4 Data Tinggi, Sedang Rendah (TSR) untuk Variabel Y	85
Tabel IV.5 Data Skor Jawaban Responden terhadap Variabel Y	86
Tabel IV.6 Tabel Kerja Variabel Y (Minat Masyarakat).....	90
Tabel IV.7 Data Tinggi, Sedang Rendah (TSR) untuk Variabel Y	94
Tabel IV.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	96
Tabel IV.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	96
Tabel IV.10 Hasil Uji Validitas Kuseioner Variabel Variabel X (Sertifikat Halal)	
Tabel IV.11 Hasil Uji Validitas Kuseioner Variabel Variabel Y (Minat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal).....	101
Tabel IV.12 Hasil Uji Reabilitas	102
Tabel IV.13 Hasil Uji Normalitas	103
Tabel IV.14 Hasil Uji Linearitas	106
Tabel IV.15 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	110
Tabel IV.16 Hasil Uji Hipotesis(Uji T).....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Berpikir	44
Gambar IV.2 Uji Normalitas.....	104
Gambar IV.3 Uji Linearitas.....	107
Gambar IV.4 Uji Heteroskedastisitas.....	109
Gambar IV.5 Grafik Koefisien Determinasi (R^2).....	113

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024, sekitar 87,2% dari seluruh penduduk Indonesia memeluk agama Islam.¹ Kondisi ini menjadikan aspek kehalalan pada produk makanan dan minuman sebagai hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Dalam ajaran Islam, mengonsumsi makanan yang halal bukan hanya merupakan anjuran, tetapi juga menjadi kewajiban bagi setiap Muslim. Kehalalan suatu produk tidak hanya ditentukan oleh bahan bakunya, melainkan juga mencakup seluruh tahapan proses produksi, mulai dari pengolahan, penyimpanan, hingga distribusi kepada konsumen.

Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an:

أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: *“Wahai sekalian manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal lagi baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah- langkah setan; sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu.” (QS. Al-Baqarah [2]:168).*²

Ayat tersebut menegaskan bahwa setiap Muslim diwajibkan untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik (*halalan tayyiban*). Konsep ini

¹ Badan Pusat Statistik. *Statistik Penduduk Menurut Agama, 2024*. Jakarta: BPS. Diakses pada 7 Oktober 2025.

² Al-Qur'an, QS. Al-Baqarah (2): 168.

menunjukkan bahwa kehalalan suatu produk tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan terhadap ketentuan syariat Islam, tetapi juga mencakup aspek kebersihan, kesehatan, keamanan, serta keberkahan yang dapat memberikan manfaat bagi kehidupan.³

Seiring dengan perkembangan zaman, konsep halal tidak lagi terbatas pada produk makanan dan minuman, tetapi telah mencakup berbagai sektor lain, seperti industri, keuangan, pariwisata, kosmetik, dan farmasi. Namun, di antara berbagai produk tersebut, makanan dan minuman menjadi fokus utama, karena merupakan kebutuhan pokok masyarakat sehari-hari.

Sertifikat halal merupakan dokumen resmi yang diterbitkan oleh lembaga yang berwenang sebagai bukti bahwa suatu produk telah memenuhi ketentuan kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Di Indonesia, penyelenggaraan sertifikasi halal diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Pada Pasal 4 ditegaskan bahwa setiap “produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib memiliki sertifikat halal.”⁴

Tujuan utama keberadaan sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai bentuk jaminan hukum, tetapi juga memberikan perlindungan kepada konsumen Muslim agar terhindar dari mengonsumsi produk yang status kehalalannya belum dapat dipastikan. Selain itu, sertifikat halal juga berfungsi sebagai indikator kepercayaan bagi konsumen bahwa produk yang

³ Quraish Shihab, 2012 Tafsir Al-Mishbah: *Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Jakarta: Lentera Hati, h. 121.

⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang *Jaminan Produk Halal*, Pasal 4.

ditawarkan telah memenuhi standar kehalalan, keamanan, kebersihan, serta sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam.⁵

Sertifikat halal juga memiliki nilai ekonomi yang signifikan. Di tengah arus globalisasi, permintaan terhadap produk halal terus mengalami peningkatan di berbagai negara. Berdasarkan laporan *State of the Global Islamic Economy* tahun 2024, nilai perdagangan industri halal global telah mencapai lebih dari USD 2,2 triliun dan menunjukkan tren pertumbuhan setiap tahunnya.⁶ Oleh karena itu, keberadaan sertifikat halal tidak hanya berkaitan dengan aspek keagamaan, tetapi juga dapat menjadi faktor strategis dalam meningkatkan daya saing industri nasional.

Komitmen pemerintah dalam meningkatkan daya saing produk dalam negeri, khususnya di Indonesia, tercermin melalui kerja sama antara Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam penyelenggaraan jaminan produk halal. Salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan industri halal adalah Kota Palembang. Sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Selatan, Palembang dikenal sebagai salah satu pusat kuliner di Indonesia yang memiliki beragam makanan khas, seperti pempek, tekwan, model, celimpungan, serta berbagai olahan ikan lainnya. Keanekaragaman kuliner tersebut menjadikan Palembang dikenal luas sebagai "**Kota Pempek.**"

⁵ MUI, 2023 *Panduan Sistem Jaminan Halal*, Jakarta: LPPOM MUI

⁶ DinarStandard, 2024 *State of the Global Islamic Economy Report* 2024/2025, Dubai: DinarStandard.

Berdasarkan data Dinas Perdagangan Kota Palembang tahun 2024, terdapat lebih dari 7.500 pelaku usaha kuliner dan industri rumah tangga yang bergerak di sektor makanan dan minuman. Meskipun demikian, belum seluruh pelaku usaha tersebut telah memperoleh sertifikat halal. Hal ini disebabkan oleh berbagai kendala dalam proses sertifikasi, antara lain keterbatasan biaya, kurangnya pemahaman mengenai prosedur pengajuan sertifikasi, serta masih minimnya sosialisasi dari instansi yang berwenang. Data Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan menunjukkan bahwa tingkat kepemilikan sertifikat halal di kalangan pelaku usaha di wilayah tersebut baru berkisar antara 20% hingga 25%. Apabila persentase tersebut diterapkan pada kondisi di Kota Palembang, diperkirakan hanya sekitar 1.500 hingga 1.875 pelaku usaha dari total 7.500 usaha yang telah memiliki sertifikat halal.

Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar pelaku usaha kuliner di Kota Palembang masih belum memiliki sertifikat halal. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk mengkaji sejauh mana keberadaan sertifikat halal memengaruhi minat masyarakat dalam memilih dan membeli produk makanan yang telah berlabel halal.⁷

Meskipun mayoritas penduduk Kota Palembang beragama Islam, sehingga kebutuhan terhadap produk halal cenderung tinggi, tingkat kepemilikan sertifikat halal di kalangan pelaku usaha masih relatif rendah.

⁷ Dinas Perdagangan Kota Palembang, 2024 *Data UMKM Makanan dan Minuman Kota Palembang 2024*, Palembang: Disdag.

Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tingginya kesadaran dan kebutuhan masyarakat terhadap produk halal dengan masih terbatasnya jumlah pelaku usaha yang telah memiliki sertifikat halal.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian mengenai pengaruh sertifikat halal terhadap minat masyarakat dalam membeli produk makanan berlabel halal di Kota Palembang menjadi penting untuk dilakukan.⁸ Minat beli (*purchase intention*) merupakan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk yang didasarkan pada persepsi, kepercayaan, serta penilaian terhadap produk tersebut.⁹ Dalam konteks produk halal, keberadaan sertifikat halal menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut teori perilaku konsumen, keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal, seperti kebutuhan, nilai, dan motivasi, tetapi juga oleh faktor eksternal, seperti harga, promosi, kemasan, serta tingkat kepercayaan konsumen terhadap label dan sertifikat halal.¹⁰

Keberadaan sertifikat halal dapat meningkatkan rasa aman bagi konsumen Muslim karena memberikan kepastian bahwa produk yang dikonsumsi telah memenuhi ketentuan syariat Islam dan terbebas dari unsur yang diharamkan. Meskipun demikian, dalam praktiknya masih terdapat sebagian masyarakat yang memandang label halal hanya sebagai persyaratan administratif atau formalitas semata, sehingga belum sepenuhnya memahami

⁸ Badan Pusat Statistik Kota Palembang, *Kota Palembang dalam Angka 2024*, (Palembang: BPS Kota Palembang, 2024), hlm. 45.

⁹ Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane, 2021 *Marketing Management*, 16th Ed., New York: Pearson Education.

¹⁰ Engel, James F. et al., 2018 *Consumer Behavior*, Chicago: Dryden Press.

pentingnya sertifikat halal sebagai bentuk jaminan kehalalan suatu produk.¹¹

Dalam konteks mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang, keputusan pembelian produk makanan tidak selalu didasarkan pada status kehalalannya. Sebagian mahasiswa cenderung lebih mempertimbangkan faktor lain, seperti cita rasa, harga, dan tingkat popularitas produk. Fenomena ini terlihat dari tingginya minat terhadap berbagai produk makanan yang populer di Kota Palembang meskipun belum memiliki sertifikat halal resmi. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa keberadaan sertifikat halal belum sepenuhnya menjadi faktor utama yang memengaruhi minat beli konsumen. Padahal, dalam ajaran Islam, aspek kehalalan merupakan salah satu prinsip yang harus diperhatikan dalam mengonsumsi makanan.

Dalam konteks mahasiswa-mahasiswi UM Palembang, banyak masyarakat yang lebih mempertimbangkan cita rasa, harga, atau popularitas produk dibandingkan status kehalalannya. Sebagai contoh, banyak makanan populer di Palembang yang laku keras meskipun belum memiliki sertifikat halal resmi. Hal ini mengindikasikan bahwa sertifikat halal belum sepenuhnya menjadi faktor dominan dalam membentuk minat beli konsumen. Islam sangat menekankan pentingnya kehalalan dalam konsumsi.

¹¹ Fitriani, N., 2023 "Analisis Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan," Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 7, No. 1.

Rasulullah SAW bersabda:

إِنَّ اللَّهَ طَيِّبٌ لَا يَقْبَلُ إِلَّا طَيِّبًا

Artinya: *“Sesungguhnya Allah itu baik dan tidak menerima kecuali yang baik.” (HR. Muslim, No. 1015).*¹²

Hadis ini menegaskan bahwa setiap Muslim harus berhati-hati dalam memilih makanan dan minuman, karena apa yang dikonsumsi akan berpengaruh terhadap kebersihan hati dan diterimanya amal ibadah. Dalam perspektif ini, mengonsumsi makanan halal bukan hanya urusan duniawi, tetapi juga berdampak spiritual.

Selain itu, Allah juga menegaskan dalam QS. Al-Mā'idah ayat 88:

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

Artinya: *“Dan makanlah dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.” (QS. Al-Mā'idah [5]:88).*¹³

Ayat tersebut menegaskan bahwa kehalalan makanan memiliki keterkaitan yang erat dengan tingkat ketakwaan seorang Muslim. Dengan demikian, semakin tinggi kesadaran dan pemahaman keagamaan seseorang, maka semakin besar pula perhatian yang diberikan terhadap kehalalan produk yang dikonsumsi. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis sejauh mana keberadaan sertifikat halal memengaruhi minat masyarakat Kota Palembang dalam membeli produk makanan yang telah

¹² HR. Muslim, Shahih Muslim, Kitab Al-Zakah, No. 1015

¹³ Al-Qur'an, QS. Al-Mā'idah (5): 88.

berlabel halal.

Dengan demikian, fenomena tersebut menjadi relevan untuk mengkaji hubungan antara sertifikat halal sebagai bentuk jaminan kehalalan produk dengan minat beli masyarakat Muslim di Kota Palembang. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, dapat dipahami bahwa sertifikat halal memiliki peran yang strategis dalam memengaruhi perilaku konsumen Muslim, terutama dalam membentuk minat untuk membeli produk makanan berlabel halal. Meskipun demikian, tingkat kesadaran masyarakat mengenai pentingnya sertifikat halal masih perlu terus ditingkatkan agar dapat mendorong preferensi terhadap produk yang telah terjamin kehalalannya.

Sebagai salah satu kota besar dengan mayoritas penduduk beragama Islam, Kota Palembang merupakan lokasi yang relevan untuk mengkaji sejauh mana keberadaan sertifikat halal memengaruhi minat masyarakat dalam membeli produk halal. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengaruh sertifikat halal terhadap minat masyarakat membeli produk makanan berlabel halal di Palembang.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian, beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

- a. Masih rendahnya jumlah pelaku usaha kuliner di Kota Palembang yang telah memiliki sertifikat halal, meskipun mayoritas penduduknya beragama

Islam dan memiliki kebutuhan yang tinggi terhadap produk halal.

- b. Masih terbatasnya pemahaman serta sosialisasi mengenai prosedur dan pentingnya sertifikasi halal, baik di kalangan pelaku usaha maupun masyarakat sebagai konsumen.
- c. Belum diketahui secara pasti sejauh mana keberadaan sertifikat halal memengaruhi minat beli masyarakat Kota Palembang, mengingat sebagian konsumen masih lebih mempertimbangkan faktor cita rasa, harga, dan popularitas produk dibandingkan status kehalalannya.

C. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas, penelitian ini dibatasi pada hal-hal berikut:

- a. Penelitian hanya difokuskan pada pengaruh keberadaan sertifikat halal terhadap minat masyarakat membeli produk makanan berlabel halal di Kota Palembang.
- b. Subjek penelitian adalah masyarakat muslim di Palembang yang menjadi konsumen produk makanan.
- c. Produk makanan yang menjadi objek penelitian ini adalah produk olahan yang dipasarkan secara resmi dan berpotensi memperoleh sertifikat halal dari BPJPH maupun fatwa kehalalan yang menjadi dasar penerbitan sertifikat halal.
- d. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini terbatas pada sertifikat halal sebagai variabel independen (X) dan minat beli masyarakat sebagai variabel dependen (Y), sehingga faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi minat beli tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian ini.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana Pengaruh Sertifikat Halal di Mahasiswa/i FAI Universitas Muhammadiyah Palembang?
- b. Bagaimana Pengaruh tingkat minat mahasiswa/i FAI dalam membeli produk makanan berlabel halal?
- c. Bagaimana Pengaruh Sertifikat Halal terhadap Minat Mahasiswa/i FAI Universitas Muhammadiyah Palembang dalam Membeli Produk Makanan Berlabel Halal?

E. Tujuan Penelitian Dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh sertifikat halal terhadap minat masyarakat dalam membeli produk makanan berlabel halal di Kota Palembang. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara kedua variabel tersebut serta memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memperoleh pengalaman secara langsung dalam melaksanakan penelitian ilmiah, mulai dari tahap perencanaan, pengumpulan data, hingga proses analisis dan penyusunan hasil penelitian. Selain itu, penelitian ini

diharapkan dapat memperluas wawasan serta meningkatkan pemahaman peneliti mengenai peran sertifikat halal dalam memengaruhi minat beli konsumen Muslim. Penelitian ini juga menjadi sarana untuk menerapkan pengetahuan dan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam pelaksanaan penelitian di lapangan.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah literatur dan menjadi referensi bagi dosen maupun mahasiswa yang berminat mengkaji topik serupa dalam bidang Ekonomi Syariah, khususnya yang berkaitan dengan sertifikasi halal dan perilaku konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan kegiatan penelitian di lingkungan Universitas Muhammadiyah Palembang. Penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai bahan kajian dan diskusi akademik pada mata kuliah yang berhubungan dengan ekonomi Islam, pemasaran syariah, serta studi halal.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan memperluas pemahaman masyarakat mengenai pentingnya memilih produk makanan yang telah memiliki sertifikat halal sebagai bentuk upaya menjaga kehalalan konsumsi sehari-hari. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat agar lebih cermat

dan selektif dalam memilih produk makanan yang beredar di pasaran. Bagi konsumen Muslim, penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menjadikan sertifikat halal sebagai salah satu faktor penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, W. M. (2010). *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Amzah.
- Ali Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Amir Effendi Siregar. (2020). *Toponimi dan Sejarah Kota Palembang*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Apriana, A. (2022). Asimilasi Kultural Arab-Melayu Palembang. *Medinate: Jurnal Kajian Keislaman*, 14(2), 120–128.
- Arifin Djakasaputra, dkk. (2023). The Influence of Halal Certification, Halal Awareness, and Brand Image on Interest in Buying Halal Food Products: An Empirical Study of Consumers in Indonesia. *IJIBEC*, 7(2), 135.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____(2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Augusty, F. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (2022). *Pedoman Pelaksanaan Sertifikasi Halal*. Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia.
- _____(2023). *Panduan Pendaftaran Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha*. Jakarta:

Kementerian Agama RI. Diakses dari <https://ptsp.halal.go.id>

Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Penduduk Menurut Agama 2024*. Jakarta: BPS.

Badan Pusat Statistik Kota Palembang. (2023). *Kota Palembang dalam Angka 2023*. Palembang: BPS Kota Palembang.

_____. (2024). *Kota Palembang dalam Angka 2024*. Palembang: BPS Kota Palembang.

DinarStandard. (2024). *State of the Global Islamic Economy Report 2024/2025*. Dubai: DinarStandard.

Dinas Perdagangan Kota Palembang. (2024). *Data UMKM Makanan dan Minuman Kota Palembang 2024*. Palembang: Disdag.

Djafar, M. (2019). *Sejarah Kerajaan Sriwijaya dan Pengaruhnya terhadap Dunia Melayu*. Jakarta: Balai Pustaka.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). Ohio: South-Western College Publishing.

_____. (2018). *Consumer Behavior*. Chicago: Dryden Press.

Erdiansyah, E., Nabila, J., Julaini, J., & Sari, D. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Mixue di Palembang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 9(2), 67–76.

Fadli Rahman. (2023). Halal Industry and Its Impact on Global Economic Growth. *Journal of Islamic Business and Economics*, 9(1), 55.

Fauzia, D. R. S. (2018). *Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal dan Bahan Produk terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Survei pada Gen-M*

- Konsumen Cadbury Dairy Milk di Kota Malang*). Skripsi. Universitas Brawijaya.
- Fitri Agustina, dkk. (2023). Pengaruh Label Halal, Religiusitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan. *JIKMA*, 1(5), 89.
- Fitriani, N. (2023). Analisis Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1).
- Henry Assael. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Ohio: South-Western College Publishing.
- HR. Muslim. *Shahih Muslim*, Kitab Al-Zakah, No. 1015.
- Irham Falahudin, dkk. (2021). Public Response to Halal Certification and Labelling of Palembang Special Food towards Palembang Darussalam Vision. *IJMA*, 1(2), 78.
- Jalil, S. K. A. (2019). Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal di Kuala Tungkal. *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 45–56.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (2016). *Edisi Kelima*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kemdikbud.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- _____. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). New York: Pearson Education.
- LPPOM MUI. (2021). *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal (HAS 23000)*. Jakarta: LPPOM MUI.

- _____ (2022). *Prosedur Sertifikasi Halal: Tahapan Audit Halal dan Penerapan Sistem Jaminan Halal (SJH)*. Diakses dari <https://www.halalmui.org>.
- Lukmanul Hakim. (2019). *Sertifikasi Halal di Indonesia: Regulasi dan Implementasinya*. Jakarta: LPPOM MUI.
- Majelis Ulama Indonesia (MUI). (2022). *Pedoman Penetapan Fatwa Produk Halal oleh Komisi Fatwa MUI*. Jakarta: MUI.
- _____ (2023). *Panduan Sistem Jaminan Halal*. Jakarta: LPPOM MUI.
- Maisyarah Rahmi Hasan. (2021). *Maqasid Syariah Sertifikasi Halal*. Medan: UINSU Press.
- Marco Tieman. (2013). Establishing the Principles in Halal Logistics. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 121, 44–57.
- Moh. Bahrudin & Lestari. (2023). Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal pada Minat Beli Produk Makanan. *Jurnal Ekuitas*, 4(4), 56.
- Muhammad Fajri Romdhoni. (2023). Historical Evolution of Placemaking in Historic City of Palembang, Indonesia. *Indonesian Journal of Built Environmental and Sustainable Research*, 1(1), 12–18.
- N. Khadijah. (2023). Merancang Pembelajaran Sistem Daring: Pengabdian Masyarakat Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 22–28.
- Novita Nurul Islami & Wildan Khisbullah Suhma. (2022). *Jaminan Halal Produk Olahan Pangan: Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk UMKM di Indonesia*. Kediri: UIN KHAS Press.
- Nur Aini Rakhmawati, dkk. (2020). *Jejak Halal*. Yogyakarta: Literasi Bangsa.

- Nurhadi, A. (2022). Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan pada Konsumen Muslim. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(2), 145.
- Nurhayati, T., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2).
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Quraish Shihab. (2012). *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati.
- Rahman, A. (2020). *Manajemen Sertifikasi Halal di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Rosada, M. A. (2019). *Pengaruh Labelitas Halal Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Pempek Honey Palembang*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Syarifuddin Syukur, dkk. (2023). Eksistensi Kuliner Pempek sebagai Icon Kota Palembang (Studi Sejarah dan Budaya). *Rihlah: Jurnal Sejarah dan Kebudayaan*, 11(1), 45–52.
- Tamara, A. (2022). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan*

Makanan terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera). Skripsi. UIN Raden Intan Lampung.

Thoyyib, M. (2021). Peran Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Muslim di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 102.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. (2014). Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 295.

Wahyuni, S. (2022). *Etika Bisnis Islam dan Implementasinya dalam Industri Halal*. Yogyakarta: Deepublish.