

Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan dalam Mengonsumsi Produk Halal

Muchtar

Peneliti Puslitbang Kehidupan Keagamaan

Abstract

For the Muslims consuming the allowed (halal Isl.) food and drink is an obligation, as consuming the food and drink that is not halal could have a negative impact on their health. In Indonesia, the Muslim consumers are protected by the government in this case is the National, Inspectional Agency of Drug and Food (BPOM) which oversees the product circulation in the society. Actually the consumption pattern of the Muslims has been set up in the teachings called syariat. In the teachings of syariat, it is not permissible for Muslims to consume certain products because they contain a substance or process which attached to them away from the teaching of syariat. Islamic syariat teaching is so firm that necessitates Muslims to avoid the things forbidden by Allah SWT and do whatever he was told. This makes the Muslim consumers from various segments, are not permissive consumers in the consumption behavior patterns. They are limited by the halal (allowed) and haram (forbidden) which is written in the Qur'an and Al-Hadith, main guides for them.

Key Words: Behavior of Muslims and Allowed (Halal) Product

Abstrak

Bagi umat Islam mengonsumsi makanan dan minuman halal adalah kewajiban mutlak, ketika muslim mengonsumsi makanan dan minuman yang tidak halal dikhawatirkan akan berdampak negatif pada kesehatan dirinya. Di Indonesia, konsumen muslim dilindungi oleh instansi pemerintah yang dalam hal ini adalah Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang bertugas mengawasi produk-produk yang beredar di masyarakat. Sebetulnya pola konsumsi umat Islam telah diatur dalam ajaran yang disebut dengan syariat. Dalam ajaran syariat, tidak diperkenankan bagi kaum muslimin untuk mengonsumsi produk-produk tertentu karena substansi yang dikandungnya atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran syariat tersebut. Ajaran syariat Islam sangat tegas yang menghendaki umat Islam untuk menghindari hal-hal yang dilarang oleh Allah SWT dan melaksanakan apa saja yang diperintahkan. Hal ini membuat konsumen muslim dari berbagai segmen, bukanlah konsumen yang permissive dalam perilaku pola konsumsinya. Mereka dibatasi oleh kehalalan dan keharaman yang dibuat dalam nash Al-Qur'an dan Al-Hadist yang menjadi panduan utama bagi mereka.

Key Words: Perilaku Muslim dan Produk Halal

Pendahuluan

Negara Indonesia dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Hingga saat ini mereka belum terlindungi dari produk-produk yang tidak halal. Sebab, masih banyak produk makanan dan minuman yang beredar di sekitar kita tidak berlabelkan halal. Hal ini sangatlah mengkhawatirkan karena pemerintah bersifat pasif, produsen enggan mendaftarkan kehalalan produknya, masyarakat acuh tak acuh. Ketiga hal inilah salah satu penyebab yang melatari lambatnya akan kehalalan produk di Indonesia. Padahal ini merupakan kewajiban produsen atau perusahaan untuk mendaftarkan produknya, demi melindungi konsumen dari produk yang tidak halal. Sementara komunitas muslim perkotaan di seluruh dunia telah membentuk segmen pasar yang potensial dikarenakan pola khusus mereka dalam mengonsumsi produk halal. Di Amerika Serikat yang *notabene* jumlah kaum muslimin adalah minoritas, yang pola konsumsi produk mereka ingin sejalan dengan ajaran agama Islam.

Menyadari hal tersebut maka pemerintah berkewajiban melindungi warga negaranya dalam mengonsumsi produk yang tidak halal. Hal ini merupakan implementasi dari amanat yang diatur dalam sejumlah peraturan perundang-undangan, antara lain dalam pasal 30 UU Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan, mengatur mengenai label dan iklan pangan: (1) setiap orang yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan. (2) label sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat sekurang-kurangnya keterangan mengenai: a. nama produk; b. daftar bahan yang digunakan; c. berat bersih atau isi bersih; d. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan

pangan ke dalam wilayah Indonesia; e. keterangan tentang halal; dan f. tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa.

BPOM mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan persetujuan, pencantuman tulisan halal pada label berdasarkan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh LP POM-MUI dan telah menerapkan Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB). Artinya produk tersebut halal untuk dikonsumsi oleh umat Islam. Setelah melalui proses audit, memberikan persetujuan untuk mencantumkan tulisan/logo halal pada label berdasarkan sertifikat halal yang dikeluarkannya. Artinya bahwa produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam, atau produk tersebut telah menjadi kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi oleh konsumen muslim.

Keberadaan LP POM-MUI dapat membantu masyarakat untuk memudahkan proses pemeriksaan kehalalan suatu produk. Dengan mendaftarkan suatu produk untuk diaudit keabsahan halalannya oleh LP POM-MUI sebuah perusahaan dapat mencantumkan label halal pada produk. Hal ini berarti produk tersebut telah halal untuk dikonsumsi oleh umat muslim dan hilangnya *barrier* nilai yang membatasi produk dengan konsumen muslim dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Secara teori, maka untuk para pemeluk agama Islam yang taat, persepsi, sikap motivasi dan perilaku mereka menentukan pilihan produk makanan halal adalah yang diwakili dengan label halal.

Kenyataan yang berlaku sampai saat ini adalah bahwa LP POM-MUI memberikan sertifikat halal kepada

produsen-produsen obat dan makanan yang secara sukarela mendaftarkan produknya untuk diaudit LP POM-MUI. Dengan begitu produk yang beredar di kalangan konsumen muslim bukanlah produk-produk yang secara keseluruhannya telah mencantumkan label halal pada kemasannya. Artinya Masih banyak produk yang beredar di masyarakat belum memiliki sertifikasi halal yang ada pada kemasan produknya. Dengan demikian konsumen muslim diharapkan pada produk-produk halal yang diwakili dengan label halal yang ada kemasannya dan produk yang tidak memiliki label halal pada kemasannya. Maka keputusan membeli produk-produk yang berlabel halal atau tidak akan ada sepenuhnya di tangan konsumen sendiri.

Perilaku komunitas muslim dalam mengonsumsi produk halal sesungguhnya bergantung bagaimana mereka memiliki pengetahuan terkait apa itu halal. Meskipun ajaran agama telah memberikan panduan yaitu melalui Al-Qur'an dan Al-Hadist akan tetapi dengan arus informasi dan berkembangnya teknologi kemasan produk telah memberikan penawaran yang dapat mempengaruhi perilaku itu sendiri. Perilaku dalam mengonsumsi produk halal dapat dilihat dari seberapa sering mereka mengonsumsi produk yang telah ada label halal, seberapa sering mereka mengonsumsi produk yang diragukan kehalalannya, serta seberapa sering mereka mengajak orang lain untuk mengonsumsi produk halal dan mencegah orang lain mengonsumsi produk tidak halal. Selain faktor pengetahuan akan produk halal, persepsi terkait pentingnya halal itu sendiri dapat berpengaruh terhadap perilaku. Persepsi itu bisa berupa keyakinan yang tinggi akan pentingnya mengonsumsi produk halal, harapan/keinginan komunitas muslim perkotaan untuk memperoleh produk halal serta persepsi tentang pentingnya labelisasi halal.

Tinggi rendahnya pengetahuan dan persepsi komunitas muslim perkotaan akan produk halal tidak lepas dari aktifitas keagamaan yang dilakukan. Semakin rajin komunitas muslim perkotaan mencari informasi terkait produk halal maka akan secara alami akan meningkatkan pengetahuan dan persepsi sikap terhadap produk halal. Faktor lingkungan seperti ceramah pemuka agama, dorongan keluarga juga ikut berperan dalam menentukan tingkat pengetahuan dan persepsi itu akan produk halal. Untuk dapat memperoleh informasi yang lebih jelas serta disertai bukti ilmiah mengenai perilaku komunitas muslim perkotaan dalam mengonsumsi produk halal Puslibang Kehidupan Keagamaan melakukan penelitian Perilaku Komunitas Muslim perkotaan dalam mengonsumsi produk halal.

Masalah Penelitian

Dari uraian diatas permasalahan penelitian antara lain: a). Seauhmana pemahaman kumunitas muslim terhadap kehalalan makanan dan minuman kemasan serta makanan dan minuman yang disajikan di rumah makan/restoran; b). Seauhmana tingkat kesadaran komunitas muslim terhadap produk halal dan labelisasi halal; c). Seauhmana pola prilaku komunitas muslim dalam mengonsumsi produk halal.

Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Sedangkan tujuan penelitian ini adalah: a). Mengetahui pemahaman kumunitas muslim terhadap kehalalan makanan dan minuman kemasan serta makanan dan minuman yang disajikan di rumah makan/restoran; b). Mengetahui tingkat kesadaran komunitas muslim terhadap produk halal dan labelisasi halal; c). Mengetahui pola prilaku komunitas muslim dalam mengonsumsi

produk halal. Adapun kegunaannya antara lain: a). Bahan masukan bagi Kementerian Agama RI dan instansi lainnya dalam merumuskan kebijakan yang terkait dengan produk halal. Dan b). sebagai referensi bagi instansi terkait sebagai bahan kajian lebih lanjut.

Kerangka Teori

Halal berasal dari bahasa arab yaitu *halla* yang berarti lepas atau tidak terikat. Dalam kamus fiqih, kata halal dipahami sebagai segala sesuatu yang boleh dikerjakan atau dimakan. Istilah ini, umumnya berhubungan dengan masalah makanan dan minuman. Lawan dari kata halal adalah haram. Haram berasal dari bahasa arab yang bermakna, suatu perkara yang dilarang oleh *syara* (agama). Mengerjakan perbuatan yang haram berarti berdosa dan mendapat pahala bila ditinggalkan. Menurut Prof. Dr. KH. Ali Mustofa Ya'kub, MA suatu makanan atau minuman dikatakan halal apabila masuk kepada 5 (lima) kriteria, yaitu makanan dan minuman tersebut *thayyib* (baik) yaitu sesuatu yang dirasakan enak oleh indra atau jiwa tidak menyakitkan dan menjijikkan. Dalam surat Al-Maidah ayat 4 yang artinya "Mereka bertanya kepadamu," Apakah yang dihalalkan bagi mereka? Katakanlah, dihalalkan bagimu yang baik-baik, 2. Tidak mengandung *dhahar* (bahaya); 3. Tidak mengandung najis; 4. Tidak memabukkan dan 5 tidak mengandung organ tubuh manusia. Dalam penelitian ini produk halal bukan hanya dinyatakan halal secara syar'i namun juga telah mendapatkan sertifikasi halal dari MUI. Produk ini mudah dikenali dengan adanya label halal yang dikeluarkan oleh MUI pada kemasannya. Produk halal yang akan dilihat mencakup makanan, minuman yang dikemas yang dikelola oleh suatu pabrikan dan makanan dan minuman yang dihidangkan oleh restoran/rumah makan.

Sikap dalam buku karya Kagan dan Havemann "*an attitude is an organized an enduring set of beliefs and feelings toward some kind of object or situation and predisposition to behave toward it in a particular way*". *Attitude* (sikap) adalah suatu tatanan keyakinan dan perasaan yang terorganisir dan berlangsung terus terhadap suatu obyek atau situasi dan kecenderungan untuk berperilaku terhadapnya dengan cara tertentu. Jadi ada tiga (3) elemen yang membentuk *attitude* (sikap) yaitu: elemen kognitif (pengetahuan/kepercayaan), elemen emosional (persepsi/perasaan/afeksi) dan elemen perilaku.¹

Sikap adalah pengorganisasian yang relatif lama dari proses motivasi, persepsi dan kognitif yang relative menetap pada diri individu dalam berhubungan dengan aspek kehidupannya. Sikap individu ini dapat diketahui dari beberapa proses motivasi, emosi, persepsi dan proses kognitif yang terjadi pada diri individu secara konsisten dalam berhubungan dengan obyek sikap. Sedangkan perilaku dalam bahasa inggris disebut dengan *behaviour* yang artinya kelakuan tindak tanduk.² Perilaku juga terdiri dari dua kata *peri* dan *laku*, *peri* berarti sekeliling, dekat melingkupi.³ Dan *laku* artinya tingkah laku, perbuatan, tindak tanduk. Secara etimologi perilaku artinya apa yang dilakukan oleh seseorang.⁴ Dari uraian diatas bahwa perilaku adalah kegiatan/aktifitas yang melingkupi seluruh aspek jasmaniah atau rohaniah yang bisa dilihat.

Perilaku konsumen secara umum dapat digambarkan sebagai suatu proses dari pencarian, pemilihan, sampai pada keputusan membeli sesuatu barang atau

¹Kagan dan Haveman: *Psychologi: An introduction*, New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1976, halaman 495.

²John M. Echol, *Kamus Bahasa Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia, 1996), cet, ke 3, hal 80;

³Pedoman umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan, Bandung CV, Pustaka Setia, 1996, cet ke 5, hal 91.

⁴Mar'at, *Sikap Manusia Terhadap Perubahan serta Pengukurannya*, Jakarta, Ghalia Indonesia, 1982, hal 274.

jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan fisik maupun psikis. Dalam studi perilaku konsumen, hal ini mencakup beberapa hal seperti apa yang dibeli konsumen, mengapa konsumen membelinya? Kapan mereka membelinya? Dimana mereka membelinya? Berapa sering mereka membelinya? Dan berapa sering mereka menggunakannya (Sumarwan).

Restoran adalah salah satu jenis usaha dibidang jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan yang permanen, dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, penyajian, dan penjualan makanan dan minuman untuk umum. Sedangkan pengusaha restoran meliputi jasa pelayanan makanan dan minuman kepada tamu restoran sebagai usaha pokok dan jasa hiburan di dalam bangunan restoran sebagai usaha penunjang yang tidak terpisahkan dari usaha pokok sesuai dengan ketentuan dan persyaratan teknis yang ditetapkan dan tunduk pada hukum di Indonesia.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat eksploratif/kualitatif dalam bentuk studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap tokoh agama, aparat pemerintah, pengusaha makanan dan minuman, masyarakat. Untuk melengkapi data dan informasi dilakukan dengan telaah dokumen, kepustakaan dan sumber-sumber terkait. Kemudian dilakukan tahapan-tahapan pengolahan dan analisa data, sehingga menjadi sebuah hasil kajian yang utuk.

Gambaran Umum Wilayah

Kecamatan Kiara Condong adalah salah satu dari 30 kecamatan yang

berada di Kota Bandung, yang memiliki 6 kelurahan dengan luas wilayah 613,30 ha. Sedangkan batas wilayah Kecamatan Kiara Condong yaitu: sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Cibeunying Kidul, Sebelah selatan Kecamatan Buah batu, Timur Kecamatan Cicadas dan sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Batununggal.

Jumlah penduduknya sebanyak 123.451 jiwa, terdiri dari laki-laki 57.746 jiwa dan perempuan 65.705 jiwa. Dengan jumlah pemeluk agama Islam sebanyak 113.061 jiwa, Kristen Protestan 2.559 jiwa, Katolik 1.341 jiwa, Hindu 208 jiwa dan Buddha 218 jiwa. Sedangkan jumlah sarana peribadatan Islam terdiri dari masjid 132, langgar 37, Gereja 1, Klenteng/Vihara 1. Juga terdapat 2 pondok pesantren, 2 Aliyah, 2 Tsanawiya, 1 Madrasah Ibtidaiyah, 56 Madrasah diniyah, 1 Raudhatul Anfal dan 152 Majelis Taklim dengan 261 mubaligh, 89 ulama, 509 khotib dan 2 orang PAH serta 135 guru ngaji. (Kandepag Kota Bandung, 2011).

Dibidang perekonomian Kecamatan Kiara Condong , mengalami kemajuan yang sangat pesat, karena wilayah tersebut masih dalam wilayah Kota Bandung Di samping jumlah penduduk yang semakin hari semakin bertambah, maka tingkat pertumbuhan yang tinggi membawa konsekwensi adanya penambahan angkatan kerja baru setiap tahunnya yang semakin tinggi, namun demikian juga akan berdampak kurang baik terhadap banyaknya tenaga pencari kerja. Sedangkan mata pencaharian sebagai besar adalah dibidang usaha, ada yang menjadi pegawai negeri, Pemda, ABRI, karyawan Swasta, buruh pabrik, buruh bangunan dan sebagian kecil adalah bertani (sawah/ladang).

Jumlah Pengelola pelaku usaha kecil dan menengah di Kota Bandung sebanyak 143 perusahaan rumahan dan menengah yang tersebar di 30 kecamatan.

seperti produk abon sapi, Bakso, Dendeng Sapi, Sosis Sapi, Fried Chicken, kecap, saos dll. Adapun minuman terdiri dari ice cream Cone, sirup, minuman ichi bento serta makanan ringan seperti tahu serta tempe, makanan ringan dsb. Untuk pengelola hotel dan restoran sebanyak 121 buah, sedangkan rumah makan 32 buah. Sedangkan di tingkat Kecamatan Kiara Condong terdapat beberapa pengusaha makanan dan minuman baik yang sudah terdaftar maupun tidak. Sedangkan yang terdaftar salah satunya pengusaha abon sapi.

Temuan dan Pembahasan

Tingkat pengetahuan komunitas muslim di kota Kiara Condong cukup tinggi dengan pengertian bahwa tingkat pengetahuan terkait dengan produk halal termasuk memahami dalil-dalil syar'i. Tetapi sebagian umat muslim pada umumnya memahaminya hanya sekedar mengerti/tau dan tidak mendetail bahwa yang namanya babi, anjing dan homer atau minuman keras adalah haram sesuai dengan perintah agama, tetapi tentang produk halal dari proses pembuatan/bahan yang akan dibuat sampai pada pemasarannya hanya sedikit sekali yang memahaminya. Kecuali produk tersebut yang sudah memiliki label halal yang mereka mempercayai terhadap fatwa MUI sehingga mereka bila belanja tentang produk-produk tersebut tidak akan ragu lagi.

Pada umumnya masyarakat muslim khususnya yang tinggal di Kecamatan Kiara Condong belum meneliti produk yang dikonsumsi itu sampai kepada proses dari bahan bakunya sampai kepada proses pembuatannya hingga kepada peredarannya kecuali ada kasus-kasus tertentu seperti kasus abon sapi yang bercampur dengan daging babi (kasus tersebut terjadi tahun 2009) yang diragukan kehalalannya sampai pada

MUI turun tangan menangani kasus tersebut dan dilakukan penelitiannya apakah betul abon tersebut mengandung daging babi atau tidak. Namun demikian permasalahan tersebut segera dapat diatasi oleh pemerintah setempat dan menarik abon tersebut dari peredarannya.

Masyarakat muslim khususnya di Kecamatan Kiara Condong cukup beragam dalam mengonsumsi produk-produk yang dibuat oleh masyarakat maupun oleh suatu perusahaan. Ada yang mengonsumsi suatu produk walaupun tidak memiliki label halal namun mereka tetap mengonsumsi dengan asumsi bahwa produk tersebut dibuat oleh orang yang beragama Islam tentunya cara pembuatan ataupun pengolahannya dengan cara-cara yang Islami karena orang tersebut mengetahui pembuat produk yang halal dan toyyib seperti dengan menyebutkan nama Allah SWT dsb baik yang berkaitan dengan makanan yang disajikan di restoran maupun di rumah makan. Masalah produk yang dikonsumsi oleh masyarakat muslim khususnya di Kecamatan Kiara Codong makanan tersebut bila yang menjual orang Islam mereka tidak ragu-ragu lagi untuk belanja/konsumsi makanan tersebut.

Tetapi ada juga bagi umat muslim di Kecamatan Kiara Condong yang berkeyakinan mengonsumsi produk yang memakai label halal adalah suatu keharusan hal ini untuk menjaga kemanfaatan dan kebersihan serta mendapat ridho Allah SWT agar terhindar dari makanan tidak halal atau haram. Oleh karena itu masyarakat muslim di Kecamatan Kiara Condong tentang makanan yang memakai label halal ataupun produk tersebut mereka menyerahkan kepada pemerintah (MUI) untuk menangani hal tersebut. Sedangkan masalah kehati-hatian mengonsumsi produk yang berlabel halal masih masih sedikit kesadaran umat muslim yang selektif dalam

mengonsumsi produk-produk tersebut disamping sudah berlabel halal mereka juga memeriksa isi kandungan makanan yang dibuat itu komposisinya apa saja bila sudah sesuai mereka akan membeli/konsumsi produk tersebut, ada beberapa hal yang menjadi kendala umat muslim tidak semua produk-produk tersebut sudah memenuhi standar kehalalan dan juga masih sedikit sekali produk-produk tersebut ditemukan dipasaran.

Masalah pelaksanaan ibadah sehari-hari masyarakat di daerah khusus di Kecamatan Kiara Condong memiliki tipe yang beraram tetapi secara umum dirasakan sudah cukup baik artinya masyarakat sebagian besar sudah memiliki kesadaran untuk melaksanakan ibadah sehari-hari seperti melaksanakan shalat lima waktu, puasa pada bulan ramadhon relative cukup baik. Kelompok masyarakat yang seperti ini biasanya dari kalangan santri atau mereka berpendidikan pesantren atau pendidikan agama yang baik.

Sedangkan pada kelompok kedua adalah kelompok pekerja kantor, (NPS), Pemda, pedagang karyawan swasta dan pengusaha. Pada kelompok ini kebanyakan mereka melakukan ibadah sehari-hari cukup baik karena adanya waktu yang cukup untuk melakukan ibadah baik dalam melaksanakan shalat lima waktu maupun dalam melaksanakan ibadah puasa di bulan ramadhon.

Tetapi ada sebagian masyarakat yang melaksanakan ibadahnya mereka lakukan tidak sesuai dengan ajaran agama kadang dilaksanakan dan kadang pula mereka tinggalkan mereka mengaku beragama Islam tetapi belum mengamalkan ajaran Islam secara baik seperti melaksanakan shalat lima waktu belum sepenuhnya dilaksanakan artinya shalatnya masih asal ingat saja (Islam KTP) begitu juga di bulan puasa mereka tidak sepenuhnya melaksanakan ibadah puasanya. Tipe masyarakat seperti

ini kebanyakan adalah masyarakat yang ekonominya rendah dan mereka kebanyakan adalah pekerja kasar seperti buruh bangunan, kuli panggul di pasar, sopir dan penarik delman/becak mereka mengaku tidak kuat untuk melakukan puasa dengan alasan bekerja semacam itu membutuhkan tenaga bila keadaan lapar maka tenaga akan berkurang, sedangkan dalam pelaksanaan salat lima waktu karena waktunya habis untuk mencari nafkah karena hanya sedikit waktu untuk istirahat bila itu dilakukan maka rezeki akan pindah tangan;

Masalah kehati-hatian dalam mengonsumsi produk halal nampaknya sangat bervariasi ada yang sangat peka termasuk makanan olahan yang dibuat rumahan terutama dalam hal siapa yang membuat orang muslim atau bukan masyarakat yang seperti ini nampaknya memiliki keyakinan keimanan yang cukup kuat dan taat menjalankan ajaran agama. Juga dalam memilih makanan kemasan mereka tidak hanya sekedar melihat ada label halal saja tetapi juga

Kesadaran masyarakat muslim terhadap situasi sosial yang berkenaan dengan produk halal sangat bervariasi artinya masyarakat yang memiliki kesadaran pemahaman agama cukup tinggi maka akan mempengaruhi cara mereka memilih makanan dan lebih selektif dalam membeli produk yang akan dikonsumsi.

Bagi masyarakat yang kesadaran menjalankan ajaran agama kurang mereka juga berbeda dengan masyarakat yang memiliki pemahaman cukup tinggi bagi mereka memahaminya hanya sebatas tahu halal dan haram saja mereka mengonsumsi bila sudah dianggap halal mereka akan membeli walaupun tidak memiliki label halal mereka hanya melihat siapa yang mengelola/memasahnya asal orang Islam mereka sudah meyakinkannya bahwa makanan tersebut halal.

Adanya sosialisasi yang dilakukan oleh da'i maupun da'iyah melalui ceramah, khutbah ataupun yang dilakukan melalui majlis taklim yang dilakukan satu kali dalam seminggu, ini sangat membantu kepada masyarakat dalam rangka mensosialisasikan prodak atau makanan yang halal dan toyyib; Karena baik tokoh masyarakat maupun tokoh agama memiliki visi bahwa pedagang akan berhenti bila tidak ada yang membeli, jadi disini yang diutamakan adalah konsumen agar memilih makanan yang halal dan toyyib. Jadi harapan pedagang yang memberikan kebutuhan kepada masyarakat ekonomi menengah kebawah mereka juga setuju kalau makanan itu harus Islami/halal disamping masyarakat Kecamatan Kiara Condong jumlah umat Islam mencapai 91,59%.

Diantara faktor yang melatarbelakangi fenomena kepedulian masyarakat terhadap halalnya suatu produk antara lain:

1. Adanya anjuran dari MUI agar setiap perusahaan menggunakan/memakai label produk halal;
2. Adanya sosialisasi tentang produk yang berlabelkan halal dan toyyib untuk dikonsumsi dari pada yang belum memakai produk halal yang masih diragukan kehalalannya;
3. Pada tahun 2011 pemerintah daerah melalui MUI memberikan sertifikasi halal secara gratis bagi usaha ekonomi kecil dan menengah sebanyak 1.700 perusahaan, dan pada tahun 2012 diprogramkan sebanyak 3000 perusahaan kecil dan menengah akan mendapat bantuan yang sama;
4. Diberikan pemahaman tentang makanan halal dan toyyib bagi usaha menengah dan kecil adanya manfaat mengkonsumsi makanan yang halal dan toyyib;

Ada beberapa hal yang menjadi motivasi komunitas muslim dalam mengonsumsi produk halal antara lain:

1. Selama ini motivasi komunitas muslim dalam mengonsumsi produk halal belum begitu signifikan artinya masih biasa-biasa saja tetapi yang bisa kita syukuri adalah adanya keinginan baik pemerintah maupun komunitas muslim agar semua produk makanan harus halal dan baik namun masalah label halal selama ini masih menjadi kendala bagi pengusaha ekonomi menengah dan kecil disamping prosesnya memerlukan waktu yang lama kadang terkendala masalah izin usahanya.
2. Dalam rangka memotivasi komunitas muslim agar mengonsumsi prodak yang berlabel halal, hal ini pemerintah daerah bekerja sama dengan Kementerian Agama Provinsi beserta MUI mensosialisasikan kepada masyarakat agar gemar mengonsumsi produk halal;
3. Disamping itu adanya kerja sama MUI, UKM dan pemerintah dalam rangka mensosialisasikan labelisasi prodak halal MUI;

Sedangkan keterlibatan umat Islam dalam mengusahakan agar tetap terjamin mengonsumsi produk halal antara lain:

1. Masyarakat akan melihat sepanjang produk itu tetap dan tidak berubah masyarakat akan mengonsumsi dan menjaga dan seandainya produknya berubah maka masyarakat akan mengkaji dan meneliti produk tersebut seperti dilihat bagaimana kemasannya, serta komposisinya tetapi juga masih banyak masyarakat yang hanya mengerti pada kemasan atau label saja.
2. Melalui Media bila ada suatu prodak yang bila mencurigakan akan segera dimuat di media sehingga

masyarakat dan pemerintah cepat tanggap terhadap hal-hal sesitip;

3. Adanya anjuran agar setiap da'i dan majlis taklim agar mensosialisasikan kepada masyarakat agar gemar mengonsumsi produk yang berlabel halal
4. Melaporkan bila Ada kejanggalan produk yang beredar dipasaran agar segera MUI menindak lanjuti;
5. Adanya Sosialisasi tentang manfaat mengonsumsi produk yang halal dan toyyib oleh MUI dan jajarannya masyarakat lebih berhati-hati dalam mengonsumsi produk kemasan atau olahan yang beredar di pasaran;

Pengaruh Pemahaman Produk Halal Terhadap Perilaku Mengonsumsi Produk Halal mereka baru sebatas melihat label halal suatu produk, tetapi sebagian masyarakat ada yang memahami betapa pentingnya memakan makanan yang halal dan toyyib karena agama menganjurkan agar makanlah makanan yang baik dan halal.

Pengaruh pemahaman ajaran agama dengan produk halal, nampak belum begitu nampak di masyarakat sampai sekarang ini hanya sebatas mengonsumsi. Tetapi bagi mereka yang memahami tentang produk halal biasanya kesadaran dalam menjalankan ajaran agama cukup baik.

Masyarakat selalu mengontrol bila ada salah satu produk yang dianggap tidak sesuai dengan kemasan yang dipasarkan, mereka melakukan kontrol baik itu melalui media, buletin dan juga mereka melaporkan langsung bila ada salah satu produk yang dianggap meresahkan masyarakat mereka laporkan di tingkat desa atau tingkat kota kemudian disampaikan kepada aparat yang berwenang (MUI). Kemudian MUI menindaklanjuti dan melakukan inspeksi ke pasar-pasar apakah tentang kebenaran isu tersebut.

A. Ada beberapa faktor yang menyebabkan umat muslim Kiara Condong mengonsumsi produk halal antara lain:

1. Faktor Internal

- a. Masyarakat Kecamatan Kiara Condong yang heterogin dalam memahami pemahaman dalil-dalil syar'i sangat bermacam-macam, ada yang mereka memaham dalil-dalil syar'i cukup baik dan mendalam dan merekalah yang selama ini mengonsumsi sangat selektif artinya mereka teliti betul produk tersebut baik dari cara pembuatan, bahan yang digunakan, hingga peredarannya di pasaran;
- b. Ada juga sebagian masyarakat yang memahami dalil-dalil syar'i hanya sekedar tahu saja karena berbagai faktor seperti pengetahuan agama minim, dan mereka sudah mempercayakan kepada tokoh agama maupun masyarakat sehingga bila ada kesalahan merekalah yang bertanggung jawab baik di dunia maupun diakhirat.

2. Faktor External

- a. Dimana masyarakat itu tinggal maka sangat berpengaruh terhadap aktifitas masyarakat itu sendiri dimana mereka akan menyesuaikan dengan lingkungan dimana mereka tinggal tetapi juga tidak semua masyarakat demikian ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi hal tersebut seperti ekonomi, pendidikan, dan pemahaman agama yang cukup baik mereka tidak mudah terpengaruh terhadap keadaan disekitarnya;

- b. Masyarakat Kecamatan Kiara Condong yang terkenal Islami sangat mempengaruhi terhadap keberadaan komunitas muslim agar mengonsumsi produk-produk olahan maupun kemasan yang memiliki label halal dan toyyib;
- c. Dengan perkembangan dunia yang semakin maju saat ini dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada masyarakat maka pemerintah daerah bekerja sama dengan Kementerian Agama RI di tingkat provinsi serta MUI mensosialisasikan gerakan masyarakat gemar mengonsumsi produk halal;
- d. Informasi dilakukan juga melalui Media, Internet, televisi, majalah dan Koran-koran selama ini cukup efektif dalam menjaga kehalalan suatu produk yang beredar di pasaran;
- e. Gerakan masyarakat gemar mengonsumsi produk halal dan disosialisasikan cukup efektif dalam rangka memasyarakatkan agar masyarakat gemar mengonsumsi produk yang berlabel halal;
- f. Adanya kerja sama antara UKM dan pengusaha dengan MUI Kemenag serta usaha menengah dan kecil agar mensertifikasikan produk mereka dengan labelisasi halal yang dikeluarkan oleh MUI
- g. Daya beli masyarakat lebih percaya bila ada produk yang mencantumkan label halal namun belum mengangkat daya beli konsumen terhadap produk halal tersebut, karena dengan adanya label halal akan menaikkan harga produk tersebut sehingga masyarakat lebih memilih produk yang lain (yang belum memiliki label halal).

B. Faktor Pendukung dan Penghambat

1. Faktor Pendukung

- a. Partisipasi masyarakat dalam menjaga kehalalan tentang suatu produk yang meragukan mereka segera melaporkan ke tingkat desa maupun tingkat Kota;
- b. Pemerintah daerah memberikan gratis bagi pengusaha menengah dan kecil sertifikasi halal dan dipermudah dalam melakukan daftar ulang bagi yang sudah selesai masa berlakunya (2 tahun) harus daftar ulang kembali;
- c. Adanya anjuran dari MUI dimana bagi setiap khotib dianjurkan untuk memberikan ceramah disisipkan materi yang berkaitan betapa pentingnya bila mengonsumsi produk-produk yang halal dan toyyib. Disamping itu bagi Daiyah yang mengelola majlis taklim dihimbau untuk mensosialisasikan tentang manfaat mengonsumsi makanan yang halal dan toyyib.

2. Faktor Penghambat

- a. Kurang sosialisasi hasil-hasil penelitian dan kajian MUI mana produk yang halal dan mana yang tidak halal, Disamping itu sifatnya masih himbuan, belum ada aturan yang mengharuskan mengonsumsi produk halal dan toyyib bagi komunitas muslim;
- b. Masih terjadi pelanggaran pemalsuan label halal oleh salah satu perusahaan yang tidak bertanggung jawab;

- c. Kurangnya dilibatkan dari petugas Kemenag dalam menangani produk halal;
- d. Lemahnya pengawasan baik dari Kemenag maupun dari MUI, karena keterbatasan sarana dan prasarana;
- e. Kurangnya tenaga Auditor internal perusahaan menengah keatas dalam rangka membantu pemerintah dan MUI yang bisa memonitor produk tersebut setiap saat;
- f. Kecilnya anggaran yang ada di MUI untuk memonitor produk-produk yang beredar dipasaran sehingga memungkinkan terjadinya kecurangan/pemalsuan lebel halal.
- g. Kurangnya tenaga baik yang ada di MUI maupun Kemenag termasuk tenaga auditor internal yang dapat membantu pemerintah;
- h. Prosedur sertifikasi produk halal terlalu rumit dan membutuhkan waktu yang cukup panjang/lama sehingga pengusaha ada keengganan untuk mengurus sertifikaksi halal tersebut;

Penutup

Kesimpulan

Dari uraian diatas dapat disimpulkan antara lain:

1. Secara umum tingkat pengetahuan komunitas muslim di Kecamatan Kiara Condong terhadap produk halal sangat tinggi. Terutama yang berkenaan dengan produk yang tidak mengandung babi, Khamer, dan bangkai serta tidak najis. Pengetahuan akan produk halal ini dipengaruhi

secara positif oleh kegiatan aktifitas keagamaan, baik dilingkungan hidup dan latar belakang pendidikan. Bagi komunitas muslim yang memiliki pengetahuan agama cukup baik maka akan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi produk halal.

2. Perilaku yang berkaitan dengan kesadaran untuk mengonsumsi produk halal di Kecamatan Kiara Condong khusus bagi komunitas muslim terhadap produk halal dan labelisasi halal cukup tinggi dimana bila ada suatu produk yang mencurigakan mereka segera melaporkan kepada yang berwenang untuk dilakukan penelitian terhadap produk tersebut.
3. Pola perilaku komunitas muslim dalam mengonsumsi produk halal nampaknya sudah mulai sadar terhadap kehalalannya suatu produk walaupun sebagian masyarakat muslim masih ada yang kurang kehati-hatian bila mengonsumsi suatu produk tetapi mereka juga masih berpegang pada keyakinan bahwa bila suatu produk yang membuat orang muslim maka mereka merasa yakin akan kehalalan suatu produk tersebut;
4. Adanya pengaruh antara pemahaman ajaran agama dengan perilaku mengonsumsi suatu produk. Dimana umat Islam yang keimanannya kuat maka mereka akan lebih berhati-hati dalam memilih suatu produk dan begitu sebaliknya bila memahami tentang ajaran agama hanya sekedar mengerti dan tidak memahami betul maka mereka dalam memilih suatu produk kurang selektif dengan apa yang dilakukan oleh umat Islam yang pemahaman agamanya lebih baik.
5. Masih banyak umat muslim yang mengonsumsi produk kemasan ataupun olahan siap saji yang tidak

memakai label halal dan mereka tetap menikmati makanan tersebut karena mereka berkeyakinan bahwa produk tersebut yang membuat adalah orang muslim.

Saran-Saran

1. Sebaiknya keterlibatan pemerintah daerah dan lembaga-lembaga keagamaan, perguruan tinggi seperti da'i, pemuka agama, ustadz, dikalangan cendekiawan harus mampu mendukung program sosialisasi produk halal melalui masjid, majlis tak'lim dan tayangan TV maupun media atau seminar dll.
2. Adanya kerjasama dalam pengawasan antara instansi pemerintah, swasta, Perguruan Tinggi, dan masyarakat terhadap usaha produk makanan dan minuman dan memberikan pembinaan serta wawasan tentang kehalalan produk makanan dan minuman. Disamping itu pemerintah menyiapkan tenaga auditor yang mampu memonitor terhadap usaha tersebut sehingga umat muslim terlindungi terhadap produk makanan dan minuman yang halal dan toyyib.
3. Sebaik pemerintah daerah dapat memberikan kemudahan bagi usaha yang ingin menses-tifikasi produk untuk mendapat label halal sehingga akan menarik minat bagi pengusaha yang lainnya.
4. Adanya koordinasi lintas sektor antara Kementerian Agama, BPPOM dan MUI secara sinergis dan menyusun langkah-langkah regulasi dan implementasi terhadap jaminan produk halal khususnya bagi umat muslim di Kecamatan Kiara Condong dan masyarakat muslim pada umumnya.

Daftar Pustaka

- Ali Mustofa Ya'kub (2009), *Kriteria Halal-Haram untuk Pangan, Obat dan Kosmetika menurut Al-Qur'an dan Hadist*, Pustaka Firdaus, Jakarta.
- Ajzen, I, (1991), *The theory of Planned Behavior*, Organizational Behavior and Human.
- Assadi Djamchid (2003), *Do Religions Influence Costumer Behavior? Confronting Religious Rules and Marketing Concepts*, Cahiers du Ceren Volume: 5.
- Bonne, Kerijn et Wim Verbeke (2006). *Muslim consumer's motivations towards meat consumption in Belgium: qualitative exploratory insights from means-end chain analysis*, [http://aof.Revues.org//document 90/html](http://aof.Revues.org//document%2090/html).
- Babakus, Emin, T. Bettina Cornwell, Vince Mitchell, Bodo Schlegelmilch. (2004).
- Cornwell, Bettina, Charles Chi Cui, Vience Mitchell, Bodo Schlegelmilch, (2004).
- Decision Processes, 50, p, 179-211. Diakses dari Value Based jmanagement.Net.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI (1995), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta.
- Dzulkiflee, Joseph Chan (2005). *A cross-cultural study of the role religion in konsumen' ethical positions*, International Marketing Review Volume: 22 Issue: 5 halaman 531 – 546;

- Delener, Nejdett (1994). *Religious Contrasts in Consumer Decision Behaviour Patterns*.
- Echols, Johan dan Hassan Shadily (1994), *Kamus Indonesia Inggris*, Gramedia, Jakarta.
- Essoo, Nitti and Dibb, Sally (2004). *Religious influences on shopping behaviour: and exploratory study*. Journal of Marketing Management.
- Indonesia nternational halal Exhibition-Halal Indonesia 2006, 7-29 April 2006, <http://www.mastic.gov.my/servlets/sfs>.
- Jasmaliani dan Hanny Nansution (2009), *Religiosity Aspect in Costumer Behaviour: Determinants of Halal Meat Consumption*. Asean Marketing Yournal.
- Omar M. Muhammad M, and Omar A. (2008), *An. Analysis of the Muslim Cosumer*.
- Reactions to unethical consumer behavior across six countries Journal of Consumer Marketing Volume 21.
- Their Dimwntions and Marketing Implication Inflications* (Abstract). European Journal of Marketing. 1994 Volume: 28.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (2008), *Ekonomi Islam*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.