

MOTIF KONSUMSI MAKANAN HALAL MELALUI ONLINE PADA MAHASISWA POLINEMA MALANG

Oleh :

Fadloli ¹⁾Abdul Chalim, Widaningsih, Ikhsan Setiawan

Email: fadloli@polinema.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif yang menjadi pertimbangan memilih konsumsi makanan halal dan jaminan halal melalui online bagi mahasiswa Politeknik.

Pendekatan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber data adalah mahasiswa muslim Polinema Jurusan Administrasi Niaga, Akuntansi dan Rekayasa. Teknik pengambilan data dengan menggunakan kuesioner secara online, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dengan pertimbangan memberikan gambaran fenomena yang utuh.

Dari analisis data diperoleh gambaran bahwa dasar pertimbangan konsumsi halal melalui online bagi mahasiswa Polinema adalah keyakinan agama dan mengikuti tren budaya milenial dengan memanfaatkan teknologi informasi melalui transaksi online. Pemesanan lewat online tidak memberi jaminan halal, karena tidak memasang label halal. Akhirnya disimpulkan bahwa pertimbangan dasar keyakinan agama penting bagi mahasiswa Polinema dalam konsumsi halal melalui online, disamping efektifitas menggunakan pelayanan melalui online, walaupun belum ada label halal.

Kata-kata Kunci: Motif Konsumsi Halal, Melalui Online,

Abstract.

This research aims to determine the motives that are considered when choosing to consume halal food and guarantee halal food online for Polytechnic students.

This research approach is descriptive qualitative. The data source is Muslim students from Polytechnic majoring in Business Administration, Accounting and Engineering. Data collection techniques used is online questionnaires, interviews and documentation. The data analysis used is qualitative descriptive analysis with the consideration of providing a complete picture of the phenomenon.

From the data analysis, it is clear that the basis for considering halal consumption online for Polytechnic students is religious belief and following millennial cultural trends by utilizing information technology through online transactions. Ordering online does not provide a halal guarantee, because it does not carry a halal label. The conclusion is that basic consideration of religious beliefs is important for Polytechnic students in halal consumption, in addition to the effectiveness of using online services.

Keywords: Halal Consumption Motivation, Online

1. Pendahuluan

Mengonsumsi halal merupakan bagian penting dalam kehidupan muslim yang harus menjadi perhatian, karena merupakan perintah Allah dan bentuk keimanan seorang muslim. Allah telah menekankan pentingnya konsumsi halal dalam kitab suci Al- Qur'an surat 23 ayat

51 yang artinya, "Wahai para rasul!, makanlah dari (makanan) yang baik-baik, dan kerjakanlah kebajikan". Mengabaikan aturan konsumsi dalam Islam akan berakibat buruk terhadap manusia itu sendiri dalam kehidupannya di dunia dan di akhirat nanti. Mengonsumsi produk non halal dapat menghalangi muslim dari

diterimanya doa oleh Allah dan kenikmatan akhirat.

Adanya perintah konsumsi halal mendorong muslim untuk membeli produk-produk halal. The State of Global Economic Report 2018/2019 melaporkan bahwa total pengeluaran Muslim mencapai USD 2,1 triliun pada tahun 2017 yaitu sekitar 0,27 persen dari total produk bruto dunia. Angka tersebut terutama berasal dari konsumsi makanan halal, diikuti fesyen, media dan rekreasi, travel, serta farmasi dan kosmetik. Potensi tersebut diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk Muslim dunia. (Kusumastuti, 2020: 27-48)

Dalam UU No.33 Tahun 2014, Pasal 67 ayat (1) menyatakan, produk pangan maupun non pangan, produk kemasan maupun non kemasan wajib bersertifikasi halal. Berikut adalah ketentuan lengkap pasal tersebut, “Kewajiban bersertifikat halal bagi produk yang beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 mulai berlaku 5 (lima) tahun terhitung sejak Undang-Undang ini diundangkan.” Ketentuan ini menunjukkan terjadi kelalaian hukum atas jaminan produk halal khususnya produk siap saji non kemasan yang ditawarkan dan dibeli oleh konsumen dan menjadi kewajiban bagi pelaku usaha untuk membuktikan kehalalan produk tersebut. (Azizah: 2021:124)

Kepedulian mahasiswa Polinema dengan sesuatu yang halal dibuktikan dengan kegiatan

UKM, empat mahasiswa membuat alat dedektor kandungan makanan halal yang diberi nama “Bortiks”, yang mengacu pada akronim babi, boraks, formalin dan pewarna tekstil. Penemuan ini sekaligus mendukung program pemerintah “wisata halal” yang menjadi salah satu tren pariwisata dunia. (<https://travel.tempo.co/read/1488990/bortiks-detektor-makanan-pendukung-wisata-halal-buatan-mahasiswa-polinema/full&view=ok>)

Dalam penelitian (Kea, 2019) selaku Executive Director of Consumer Insights Nielsen Singapura menjelaskan masyarakat lebih menyukai menggunakan aplikasi untuk membeli makanan dibandingkan dengan metode lain. Selain itu dijelaskan bahwa bahwa Food Delivery terutama GoFood merupakan pioner dalam jasa layanan food delivery. Masyarakat Indonesia telah menggunakan jasa ini sebesar 58% dari total 95% masyarakat yang menggemari fast food atau makanan siap saji. Selain data pengguna yang cukup banyak, mitra GoFood yang terdaftar juga mengalami peningkatan.

Dengan adanya Food Delivery menimbulkan dampak yang positif untuk masyarakat karena dapat membantu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Tetapi masih banyak pedagang yang tidak mencantumkan logo halal ditampilan aplikasi. Selain itu toko yang menjual makanan non halal di aplikasi Food Delivery juga tidak memberikan keterangan bahwa makanan tersebut tidak halal

(GoFood 2021). Sehingga masyarakat bisa terjebak ketika membeli makanan yang berbahan dasar babi dengan istilah lain. (Rahman dan Handayani, 2022: 149-174)

Kegiatan berbelanja online mencapai puncaknya di jam kerja (sekitar pukul 09.00-15.00) setiap harinya. Dari Nielsen Digital Consumer 2019, dalam 1 bulan terakhir 67% online shopper dapat menghabiskan Rp 50.000 – Rp 500.000 untuk berbelanja online. Kategori yang paling banyak dibeli netizen adalah kategori produk fashion (72%), disusul kategori makanan dan minuman (42%), gadget / elektronik (41%), lalu kebutuhan sehari-hari dan kategori kosmetik/perawatan wajah dengan masing-masing 40%.

Penelitian terkait produk dan konsumsi halal sudah banyak dilakukan oleh para peneliti. Namun penelitian khusus mengenai motif konsumsi halal antara landasan pertimbangan syar'i dan trend millennial pada pendidikan vokasi masih belum nampak. Penelitian Adri 'Aunur Rahman dan Tati Handayani (2022) Pencantuman label halal pada aplikasi gofood memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembeli. Sedangkan harga tidak menjadi pertimbangan utama pada keputusan pembeli. Siti Nur Azizah (2021) pencantuman label halal bagi pelaku usaha amat penting dan mendorong tumbuhnya daya beli masyarakat melalui online, sekaligus konsumen lebih nyaman dan terlindungi dari sesuatu yang haram. Fadloli, Widaningsih, Abdul Chalim (2021 dan 2022) Mahasiswa polinema memahmi hukum

halal dalam pilihan produk halal dan berdampak pada ketenangan, keberkahan hidup seseorang serta berdampak pada kecerdasan spiritual mahasiswa Polinema. Pornamawati (2020) menyatakan bahwa label halal dan merek mempengaruhi konsumen kosmetik mahasiswa Administrasi Bisnis. Muslihati (2020) Generasi milenial memiliki kapasitas dalam hal pembentukan opini terkait berbagai klaster dalam halal value chain dengan memanfaatkan media sosial dan memanfaatkan pemahaman akan regulasi produk halal. Astusi (2020) menyatakan bahwa undang-undang tahun 2014 telah memberi perlindungan dan jaminan produsen dan konsumen dalam mengembangkan gaya hidup halal. Sabar dan Ibrahim (2014) menemukan bahwa mayoritas pemuda muslim memilih produk halal karena keyakinan pada ajaran agama.

Politeknik Negeri Malang juga harus menyiapkan dan memperhatikan integritas dan menyiapkan soft skill yang unggul disamping hard skill mahasiswanya. Untuk itu penelitian ini melakukan studi eksplorasi dengan tujuan untuk mengetahui motif landasan pertimbangan konsumsi makanan halal melalui online dan jaminan konsumsi halal melalui online.

2. Kajian Pustaka

2.1 Konsumsi Halal dalam Islam sebagai Gaya Hidup

Ajaran Islam tidak hanya mengajarkan tazkiyah al-nafs (pencucian diri) tetapi juga secara ideal berusaha mewujudkan tazkiyah al-

madaniyyah (pensucian peradaban). Hilangnya tazkiyah al-anfs dan tazkiyah al-madaniyyah dalam kehidupan masyarakat modern atau global, telah melahirkan goncangan-goncangan kejiwaan yang akan mempengaruhi pola hidup (Mahzar, 2004).

Islam mengajarkan kepada pemeluknya untuk senantiasa menjaga kesucian diri (dhoir dan bathin), karena Tuhan menyukai orang yang Kembali berada jalan yang benar (taubat) dan orang yang menyucikan diri. Bahkan Islam sangat memperhatikan untuk menjaga diri dan keluarga. Untuk itu Islam memberikan perintah kepada yang beriman untuk memperhatikan sesuatu yang dikonsumsi dan di dengan memperhatikan prinsip halalan thayyibah (halal dan baik).

Pola hidup masyarakat global adalah materialis, konsumeris, ditandai dengan food (makanan) global, fashion (makanan) global dan fun (kesenangan atau hiburan) global (Rahmat, 2003). Hal ini telah mempengaruhi dan menjadi gaya hidup (live Styles) masyarakat Islam. Pola hidup yang demikian juga akan membawa implikasi terhadap perubahan perilaku dalam kehidupan masyarakat Indonesia, tidak terkecuali dalam dunia pendidikan tinggi yaitu masyarakat kampus.

Pola hidup akan membentuk perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk menggunakan atau tidak. Gaya hidup adalah pola hidup yang ditetapkan dalam berbahagia hal kehidupan sehari-hari dalam kegiatan, berpikir

dan bertindak. Dalam pandangan Islam, Gaya hidup seseorang orang banyak ditentukan oleh kedalaman penghayatan terhadap aqidah, tauhid dan Iman. Orientasi hidup manusia (QS.11: 15-16) ada yang mencari dunia sebanyak-banyaknya meninggalkan akhirat, mencari akhirat meninggalkan dunia dan ada yang pertengahan mencari dunia dengan tidak meninggalkan akhirat (Fadloli, 2018)

Sangaji dan Sopiah (2013) mengungkapkan bahwa keputusan seseorang dalam membeli produk dipengaruhi oleh beberapa factor yaitu: psikologis (persepsi, motivasi, pembelajaran dan kepercayaan), factor pribadi (usia dan siklus hidup, pekerjaan, haya hidup), factor social (kelompok referensi, keluarga, peran dan status), factor kebudayaan (sub-budaya dan kelas social). Gaya hidup juga menyangkut pesan yang disampaikan oleh seseorang dibalik kelas social seseorang, gaya hidup juga mencerminkan pola pikir, emosi dan psikologi seseorang

Pengambilan keputusan merupakan kondisi dimana adanya pilihan antara beberapa alternatif yang ada, sebelum adanya keputusan selalu ada pilihan yang tersedia (Peter and Olson 2009:160). Keputusan pembelian merupakan proses dalam mengevaluasi beberapa pilihan yang memiliki kewajiban untuk memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian juga dijelaskan dalam (Ermawati, Husaini, and Pakkawaru 2020), yaitu proses dalam menetapkan keputusan dari alternatif yang ada

dan harus ideal, rasional, logis dan terbaik dengan tujuan untuk mencapai tujuan dan memperkecil resiko yang ada. Dalam Islam dijelaskan bahwa keputusan pembelian harus mementingkan kebutuhan dari sekedar keinginan (Arif, 2011:149). Islam menjelaskan pengambilan keputusan terdapat di (QS Al-Hujuraat:6) yang menekankan kepada sifat berhati-hati dan adil dalam mengambil keputusan.

2.2. Konsumsi Halal Melalui Online

Konsumsi Halal merupakan sebuah kesadaran halal sekaligus pengetahuan seorang muslim baik berbasis pemahaman ataupun tidak mengenai konsep halal (Nurcahyo dan Hudrasyah, 2017). Pengetahuan ini mencakup pemahaman mengenai apa yang dilarang dan bagaimana proses produksi dari suatu produk berdasarkan standar halal dan Islami (Ahmad, Abaidah dan Yahya, 2013) Seseorang yang memiliki kesadaran halal memiliki ketertarikan khusus dan perhatian pada informasi terkait makanan, minuman dan produk-produk halal lainnya (Ambali dan Bakar, 2014).

Bagi seorang muslim, kesadarannya akan produk halal berperan penting ketika membeli produk dan jasa. Muslim yang berkesadaran halal, memiliki kecenderungan untuk memastikan bahwa produk yang akan dibelinya, bahan-bahan pembuatnya dan bahan tambahan yang digunakan adalah halal, dan memiliki pengetahuan memadai untuk membuat keputusan yang tepat sebelum membeli (Nurhayati dan Hendar, 2019)

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang pesat, menjadikan era digitalisasi sebagai sarana yang mempermudah setiap aktifitas interaksi manusia di dalamnya. Di sektor bisnis, kesempatan ini mendorong bisnis online sebagai model utama dengan segenap inovasinya menggeser pemasaran konvensional ke pemasaran online. Bertemunya pedagang dengan pembeli secara fisik sebelumnya kini tidak diperlukan lagi, tergantikan oleh media online. Platform media bisnis online menjadikan masyarakat lebih mudah dalam mencari, mengecek harga, menjual dan membeli barang. Media komunikasi pemasaran online lebih terintegrasi sehingga memberikan dampak signifikan dalam bisnis. (Azizah: 2021)

Bisnis online adalah bisnis yang menggunakan jaringan internet dalam suatu interaksi jual beli yang mencakup promosi, penawaran, pertukaran, pembelian dan penjualan suatu produk atau jasa diakhiri dengan pengantaran produk tersebut dari suatu titik ke titik tertentu melalui sarana transportasi yang dipesan secara online. Didalam bisnis online tersebut, segmentasi produk siap saji non-kemasan biasanya didominasi oleh produk olahan rumahan. Belum adanya label halal dalam produk tersebut, biasanya disebabkan karena keterbatasan modal, bisa jadi juga keterbatasan informasi maupun keterbatasan mengakses lembaga atau otoritas sertifikasi halal.

E-Commerce merupakan proses jual beli barang dan ataupun jasa melalui jaringan

computer. E-Commerce juga memiliki karakteristik seperti melakukan transaksi antara pihak pertama dan kedua, menukarkan informasi dan barang atau jasa melalui jaringan internet, transaksi yang dilakukan tanpa adanya pertemuan atau tatap muka diantara penjual dan pembeli yang menjadi sebuah prinsip dalam e-commerce yaitu adanya kepercayaan antara pihak penjual dan pembeli. (Asnawi, 2004: 15)

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan beberapa pertimbangan. Pertama, menyesuaikan metode ini lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda, yakni memahami dan memaparkan tentang model dan pengetahuan tentang gaya hidup halal Politeknik, Kedua, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden; dan ketiga metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.

Lokasi penelitian di Politeknik Negeri Malang, dengan obyek penelitian mahasiswa Administrasi Niaga, Program Studi (D4) Manajemen Pemasaran, mahasiswa Akuntansi Program Studi (D4) Akuntansi Manajemen dan mahasiswa Teknik Rekaysan. Sumber data dalam penelitian ini adalah human resources, yaitu informasi dan pandangan mahasiswa. Data diambil dengan menggunakan metode kuesioner

online, wawancara dan observasi. Lalu data dianalisis dengan analisis deskriptif kualitatif dan mengkonfirmasi data secara utuh dan sistematis.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Motif Dan Dasar Pertimbangan Halal Melalui Online.

Hasil pengelolaan data yang diperoleh dari mahasiswa Polinema menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki motif dasar pertimbangan konsumsi halal melalui online dengan keyakinan dan komitmen agama terhadap perintah Allah yang menganjurkan tentang konsumsi halal dan baik (Halalan Thayyibah) sebanyak 99%. Mahasiswa memperoleh pemahaman tentang motif dan dasar pertimbangan konsumsi halal dari berbagai sumber, yaitu dari keluarga, sekolah dan media online.

Bagi mahasiswa Polinema, keyakinan prinsip makanan halal merupakan sesuatu yang mendasar bagi hidup manusia, karena prinsip ini sekaligus menjaga tujuan syariat Islam yaitu: Menjaga kesucian agama; Jiwa, Akal, Keturunan dan Harta. Seorang yang beriman memiliki komitmen untuk menjaga kesucian agama dengan melaksanakan dalam kehidupan. Menjaga kesucian jiwa adalah menjaga hidup dan kehidupan manusia. Hal ini menjadi sebuah prinsip Islam yang mendasar, sehingga sesuatu yang mengotori kesucian jiwa dan setiap pembunuhan manusia merupakan kejahatan kemanusiaan universal. Maka Islam senantia

menganjurkan kesehatan jiwa manusia, maka mengkonsumsi yang halal adalah menjaga kehidupan jiwa.

Syariat Islam juga senantiasa memperhatikan kesucian akal. Akal merupakan pemberian Tuhan. Akal tidak boleh bertentangan dengan wahyu. Maka akal dijaga didalam Islam, karena Islam merupakan agama yang memberi dan menghargai berfikir. Minuman keras, diharamkan oleh Islam karena akan menghilangkan sebuah kesadaran dan menghilangkan fungsi dan peran akal dalam mewujudkan tugas kehambaan dan kekhalfahan manusia, yaitu memakmurkan bumi.

Islam juga senantiasa menjaga kesucian keturunan. Makanan halal sangat penting untuk menjaga keturunan manusia. Makanan merupakan sumber nutrisi manusia, sekaligus sebagai sumber dan asal muasal ada sperma manusia yang akan menjadi keturunan dalam proses reproduksi. Manusia ciptakan dari sari pati tanah. Makan halal menjadikan keturunan yang saleh. Tujuan syariat Islam juga menjaga kesucian harta. Prinsip kesucian harta menjadi perhatian Islam, sehingga proses perolehan harta, penggunaannya diatur secara mendalam dalam Islam.

Motif dan dasar pertimbangan yang lain adalah mengikuti tren budaya milenial dan memanfaatkan fasilitas teknologi (98%). Dengan menggunakan fasilitas online dalam konsumsi halal akan menjadi efektif dan efisien dalam menggunakan waktu, apalagi saat mahasiswa Polinema sedang mengerjakan tugas-tugas

perkuliahan. Disamping itu, dengan melalui online konsumen mendapat kebebasan memilih makanan halal sesuai dengan selera pilihan dan kemampuan keuangan yang ada.

Mahasiswa Polinema dalam menggunakan konsumsi melalui online tidak setiap hari, seminggu 1-2 kali (85%), dengan pertimbangan bahwa konsumsi makanan halal melalui online lebih mahal harganya dibanding dengan datang langsung ke kantin-kantin atau warung yang tersedia di lingkungan mahasiswa. Mereka menggunakannya jika dalam kondisi mager (males gerak) keluar rumah. Dalam kondisi hujan, sedang dalam suasana lelah dan capek setelah mengikuti perkuliahan.

Layanan konsumsi makanan halal melalui online yang digunakan mahasiswa Polinema adalah Grab food, Soppe food dan Gofood. Tiga layanan online ini yang memberi fasilitas layanan online di Malang. Layanan online yang sering digunakan mahasiswa Polinema adalah layanan yang banyak memberikan diskon.

4.2. Jaminan Konsumsi Halal Melalui Online

Produk makanan yang memberi label halal melalui online lebih memberi jaminan bagi mahasiswa Polinema dalam menentukan pilihannya. Hal ini dengan pertimbangan untuk ketenangan hidup. Namun pedagang yang memakai aplikasi online, menu yang ditawarkan kepada konsumen (go food, grapp food, shopee food) tidak memasang label halal kepada konsumen (99%). Mahasiswa Polinema mengetahui dan meyakini jika jenis makanan yang dikonsumsi melalui online itu halal adalah

memang makanan yang biasa dikonsumsi sehari-hari dan mahasiswa pernah datang ke tempatnya. Jika ada produk makanan yang meragukan, mahasiswa tidak akan memesan melalui online, namun datang langsung ke tempatnya untuk mengecek tentang jaminan halal dengan melihat apakah memasang label halal atau tidak.

Inovasi diperlukan oleh layanan food delivery untuk lebih mempertimbangkan pencantuman label halal. Dengan adanya label halal maka konsumen akan merasa aman dan terlindungi dalam mengonsumsi makanan. Selain itu apabila terdapat fitur atau label mengenai kehalalan suatu produk maka konsumen muslim akan mudah membedakan makanan yang dapat dikonsumsi atau tidak. Pencantuman label halal dapat menjadi keuntungan bagi pihak penyedia layanan apabila terdapat fitur halal, karena konsumen muslim merupakan konsumen terbesar di Indonesia.

5.Simpulan

Motif dan landasan konsumsi halal melalui online bagi mahasiswa Polinema adalah keyakinan dan komitmen agama menjadi pertimbangan utama, karena hal ini sejalan dengan tujuan syariat islam untuk menjaga kesucian agama, jiwa, akal, keturunan dan harta.

Motif lain adalah dengan mengikuti kecenderungan budaya milenial dan teknologi informasi yang memberi layanan kemudahan, efisien dan efektif. Bagi mahasiswa Polinema

menggunakan media online tidak setiap hari, 1-2 kali dalam satu minggu memesan makanan halal melalui online. Hal ini dengan mempertimbangkan dan menyesuaikan dengan anggaran keuangan anak kos-kosan serta mencari diskon dari layanan online.

Layanan online tidak memberi jaminan halal, karena tidak memberikan fasilitas atau mencantumkan label halal. Pengetahuan mahasiswa mengonsumsi halal melalui online diperoleh dari makanan yang biasa tiap hari dikonsumsi serta telah pernah datang ke tempat penjualan.

5.Daftar Rujukan

- Adri ‘Aunur Rahman, Tati Handayani. (2022). Analisis Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Makanan Halal Melalui GoFood Saat Covid-19. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 10, No. 1 Juni 2022, hal. 149-174
- Ahmad, N. A., Abaidah, T. N. T. and Yahya, M. H. A. (2013) ‘a Study on Halal Food Awareness Among Muslim Customers in Klang’, 4Th International Conference on Business and Economic Research Proceeding. *MABSAYA: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* | 41 Volume 2, Edisi 2, Juli – Desember 2020
- Ambali, A. R. and Bakar, A. N. (2014) ‘People’s Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-makers’, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121, pp. 3–25. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.01.1104.

- Al-Arif, M. Nur Rianto (2011) *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. edited by R. Hamidawati. Solo: PT Era Adicitra Intermedia.
- Astusi, Mirsa (2020), “Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle)”, *IURIS STUDIA: Jurnal Kajian Hukum* Vol 1. No. 1, hal. 14-20.
- Azizah, Siti Nur. 2021. Kepastian Pengaturan Label Halal Produk Siap Saji Non Kemasan pada Bisnis Online Bagi Masyarakat dalam Era Pandemi Covid-19. Palita: *Journal of Social Religion Research*, Oktober-2021, Vol.6, No.2, hal.117-132
- Haris Faulidi Asnawi,(2004) *Transaksi Bisnis E-Commerce Prespektif Islam* (Yogyakarta: Magistra Insnia Press, 2004), hal. 15
- Kusumastuti, Dani (2020) Minat Beli Produk Halal Di Indonesia, Studi Pemetaan Sistematis *MABSYA: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* | 27 Volume 2, Edisi 2, Juli – Desember 2020 -hal 27-49
- Nurhayati, T. and Hendar, H. (2019) ‘Personal intrinsic religiosity and product knowledge on halal product purchase intention: Role of halal product awareness’, *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), pp. 603–620. doi: 10.1108/JIMA-11-2018-0220.
- Nurchahyo, A. and Hudrasyah, H. (2017) ‘The Influence of Halal Awareness, Halal Certification, and Personal Societal Purchase Intention’, *Journal of Business and Management*, 6(1), pp. 21–31. doi: 10.4314/jfas.v9i5s.55.
- Rahmah Dhea Hervina, Reny Fitriana Kaban, Popy Novita Pasaribu (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19. *Inovator Jurnal Manajemen* Vol 10.No 2. hal.133-140
- Undang-undang No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- Fadloli, dan Tim, 2018. *Pendidikan Agama Islam Pada PTU*. Malang, Aditya P.
- Fadloli, Widaningsih, Abdul Chalim (2021) Pilihan Produk Halal Mahasiswa Politeknik Negeri Malang. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*. Vol 15, No 2, hal. 210-218
- Mahzar, Ahmahedi (2004). *Revolusi Integralisme Islam Merumuskan Paradigma Sains dan Teknologi Islami*. Bandung. Mizan
- Kea, Garick. 2019. “GoFood Merupakan Pioner Dalam Jasa Layanan Food Delivery.” Retrieved <https://www.nielsen.com/id/en>.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. (2021) *Principles of Marketing*. 18th ed. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. (2016) *Marketing Management*. 15th ed. 172
- LPPOM MUI. 2021. “Label Halal.” Retrieved (<https://www.halalmui.org/mui14/>).
- Saabar, S.S., dan Ibrahim, S.B. (2014). “The Knowledge of halal and advertising influence on young muslim awareness”. *Internasional prosiding of economics development and Reseach*. Vol. 73: 36-39
- https://mui.or.id/berita/halal-mui/28243/pentingnya-menjaga-gaya-hidup-halal-di-tengah-pandemi/minuman_juga_obat-obatan
- <https://republika.co.id/berita/q5kceo430/bagaimana-menerapkan-gaya-hidup-halal>
- <https://travel tempo.co/read/1488990/bortiksdetektor-makanan-pendukung-wisata>

[halal-buatan-mahasiswa-polinema/full&view=ok
https://www.nielsen.com/id/news-center/2020/konsumen-digital-menunjukkan-pertumbuhan-tren-positif/](https://www.nielsen.com/id/news-center/2020/konsumen-digital-menunjukkan-pertumbuhan-tren-positif/)

Pornamawati, Diana, E.K., dan Zaini, Ahmad (2020) Pengaruh Label Halal Dan Citra Merek Terhadap keputusan Pembelian

(Studi Pada Konsumen Produk Kosmetik Di Kalangan Mahasiswa Prodi D3 Administrasi Bisnis Dan Prodi D4 Pemasaran Politeknik Negeri Malang). Vol.1 No.1
<https://prosiding.polinema.ac.id/sngbs/index.php/snamk/article/view/280>

Rakhmat, Jalaluddin, (2003). *Islam Aktual*. Bandung. Mizan