

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Religiusitas**

##### **1. Pengertian Religiusitas**

Didalam Al-Qur'an religiusitas dijelaskan melalui nilai-nilai ketauhid'an, dimana nilai tauhid tersebut tergambar pada kepercayaan atas keesaan Allah swt sebagai pencipta alam semesta, yang maha mulia, maha perkasa, maha abadi, dan seluruh sifatnya yang agung seperti termaktub dalam ayat-ayat suci Al-Qur'an. Ketika kepercayaan atas keesaan Allah swt terbentuk, maka seluruh perintah yang diturunkannya akan berpengaruh besar bagi kehidupan para umatnya. Pengaruh tersebut akan mengalir kedalam seluruh sendi-sendi hidup manusia, dan berbaur kedalam budaya yang khas atas masing-masing umat serta menjadi elemen inti dari tiap-tiap manusia. Dengan demikian seluruh tindakan dan aktivitas yang dilakukan harus diniatkan atas Allah swt. Bukan hanya dalam bentuk ibadah melainkan juga dalam segala kegiatan duniawi. Memfokuskan

kehidupan kita pada satu tujuan, yaitu tauhid, akan membuat kita menjadi lebih efisien.<sup>1</sup>

Religiusitas adalah suatu kesatuan unsur yang komprehensif, yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang yang beragama (*being religious*), dan bukan sekedar mengaku mempunyai agama (*having religious*). Religiusitas meliputi pengetahuan agama, pengalaman agama, perilaku (moralitas) agama, dan sikap sosial keagamaan. Dalam Islam, religiusitas pada garis besarnya tercermin dalam pengamalan akidah, syari'ah dan akhlak, atau dengan ungkapan lain : iman, islam dan ihsan. Bila semua unsur di atas telah dimiliki oleh seseorang, maka dapat dikatakan bahwa individu tersebut merupakan insan beragama yang sesungguhnya.

Apapun istilah yang digunakan oleh para ahli untuk menyebut aspek religius di dalam diri manusia. Menunjuk kepada suatu fakta bahwa kegiatan-kegiatan religious itu memang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Di dalamnya terdapat berbagai hal menyangkut moral atau

---

<sup>1</sup> Jabnour. Naceur, Islam and Manajemen, Riyadh : International Islamic Publishing House, pada Thesis S2, Erike Anggraini, "Hubungan Religiusitas Terhadap etos Kerja dan Produktifitas Karyawan",2005, hal.39.

akhlak, serta keimanan dan ketaqwaan seseorang.

Dalam arti bahwa *religi* tersebut merupakan suatu keyakinan, nilai-nilai dan norma-norma hidup yang harus dipegangi dan dijaga dengan penuh perhatian, agar jangan sampai menyimpang dan lepas. Kata dasar *relegare*, berarti “mengikat”, yang maksudnya adalah mengikatkan diri pada kekuatan ghaib yang suci. Kekuatan ghaib yang suci tersebut diyakini sebagai kekuatan yang menentukan jalan hidup dan yang mempengaruhi kehidupan manusia.

Dengan demikian kata religi tersebut pada dasarnya mempunyai pengertian sebagai “keyakinan akan adanya kekuatan ghaib yang suci, yang menentukan jalan hidup dan mempengaruhi kehidupan manusia, yang dihadapi secara hati-hati dan di ikuti jalan-jalan dan aturan-aturan serta norma-normanya secara ketat, agar tidak sampai menyimpang dan lepas dari kehendak atau jalan yang telah ditetapkan oleh kekuatan ghaib yang suci tersebut”.<sup>2</sup>

Menurut Harun nasution dalam Jalaluddin<sup>3</sup> pengertian

---

<sup>2</sup> Muhaimin Abdul Mujib dan Jusuf Mudzakir, *Kawasan dan Wawasan Studi Islam* (Jakarta: Kencana, 2005), Hal.34

<sup>3</sup> Jalaluddin. *Psikologi Agama*. ( Jakarta: Rajawali Pers. 2011) Hal.12-13

agama berasal dari kata, yaitu: al-din, religi (relegere, religare) dan agama. Al-Din (sempit) berarti undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Kemudian religare berarti mengikat.

Menurut Mangun wijaya pembicaraan mengenai religiussitas tidak terlepas dari pembicaraan tentang agama, karena walaupun memiliki pengertian yang berbeda, yaitu religiusitas menunjuk pada aspek religi yang telah dihayati oleh individu didalam hati, sedangkan agama menunjuk pada aspek formal yang berkaitan dengan aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban, namun kedua aspek itu saling mendukung.<sup>4</sup>

Menurut Muhammad Thaib Thohir Religiusitas merupakan dorongan jiwa seseorang yang mempunyai akal, dengan kehendak dan pilihannya sendiri mengikuti peraturan tersebut guna mencapai kebahagiaan dunia akhirat.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Thahir Andi, Hubungan Religiusitas dan Suasana Rumah Dengan Kecerdasan Emosional Pada Remaja Akhir, Tesis S2, Yogyakarta: Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2004, Hal.9.

<sup>5</sup> M Thaib Thohir Abdul Muin, Ilmu Kalam, Jakarta: Widjaya, 1986,

Menurut Michel Mayer yang dikutip ulang oleh Nashori<sup>7</sup> bahwa agama atau religi adalah seperangkat aturan dan kepercayaan yang pasti untuk membimbing manusia dalam tindakannya terhadap tuhan, orang lain, dan diri sendiri. Dari istilah agama maupun religi muncul istilah keberagaman dan religiusitas (religious sity). Religiusitas adalah seberapa pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianut oleh seseorang.<sup>6</sup>

Menurut Japar Religiusitas dapat dimaknakan sebagai kualitas penghayatan seseorang dalam beragama atau dalam memeluk agama yang diyakininya, semakin dalam seseorang dalam beragama makin religius dan sebaliknya semakin dangkal seseorang dalam beragama akan makin kabur religiusitasnya. Seseorang dalam keberagamaan secara intens akan menjadikan agama sebagai pembimbing perilaku, sehingga perilakunya selalu diorientasikan dan didasarkan pada ajaran agama yang diyakininya tersebut.<sup>7</sup>

---

Hal.121

<sup>6</sup> Fuad Nashori, *Potensi-potensi Manusia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2003, Hal. 85.

<sup>7</sup> Japar.M, "Kebermaknaan Hidup dan religiusitas Pada Masa Lanjut

Menurut Muhammad Syafi'i Antonio, Seorang muslim dengan tingkat religiusitas tinggi akan berusaha untuk menjalankan islam secara kaffah (menyeluruh). Islam kaffah haruslah mencakup seluruh aspek kehidupan, baik bersifat ritual (ibadah) maupun sosial kemasyarakatan (muamallah). Ibadah diperlukan untuk menjelaskan hakikat hidup manusia sebagai hamba Allah maupun khalifah di muka bumi. Muamallah merupakan rules of game bagi manusia dalam kehidupan sosial tanpa memandang muslim-non muslim, kaya-miskin, dan sebagainya. Aspek muamallah tersebut mencakup antara lain politik Islami, ekonomi Islami, budaya Islami, hukum Islami merupakan salah satu aspek yang harus diperhatikan agar bisa menjalani kehidupan islami secara kaffah atau dengan kata lain agar dapat ber-Islam secara kaffah maka perekonomian seseorang harus didasarkan pada syariah Islami.<sup>8</sup>

Sedangkan menurut Zakiyah Darajat dalam psikologi agama dapat dipahami religiusitas merupakan sebuah

---

Usia" refleksi No. 007 th IV, Yogyakarta, 1999, Hal.32.

<sup>8</sup> Syafi'i Antonio, Muhammad, Bank Syariah dari Teori ke Praktek, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, Hal.2-6.

perasaan, pikiran dan motivasi yang mendorong terjadinya perilaku beragama.<sup>9</sup>

Religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam.<sup>10</sup> Religiusitas sebagai keberagamaan meliputi berbagai macam sisi atau dimensi yang bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Dapat diartikan, bahwa pengertian religiusitas adalah seberapa mampu individu melaksanakan aspek keyakinan agama dalam kehidupan beribadah dan kehidupan sosial lainnya.<sup>11</sup>

Usaha untuk memperoleh pengetahuan terhadap segi batiniah, pengalaman keagamaan, dimana dan kapan ia dapat terjadi memerlukan teori pendekatan. Berbagai hal individu dan kelompok, beserta dinamika yang ada harus

---

<sup>9</sup> Zakiyah Daradjat, Ilmu Jiwa Agama, Jakarta: Bulan Bintang, 1973, Hal.13

<sup>10</sup> Ancok, Suroso, Psikologi Islami, Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2001. Hal.77

<sup>11</sup> Yolanda Hani Putriani, Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Aspek Religiusitas, Jurnal JESTT Vol.2 No.7 Juli 2015. (Surabaya: Universitas Airlangga, 2015)

pula diteliti.<sup>12</sup> Religiusitas dapat disebut juga tingkah laku seseorang dalam mengaplikasikan apa yang dipahami dalam kehidupan sehari-hari.

Dapat disimpulkan bahwa religiusitas diartikan sebagai suatu keadaan yang ada di dalam diri seseorang yang mendorongnya bertingkah laku, bersikap dan bertindak sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya.

Fungsi aktif dari adanya religiusitas dalam kehidupan manusia yaitu :

a. Fungsi Edukatif

Ajaran agama memberikan ajaran-ajaran yang harus dipatuhi. Dalam hal ini bersifat menyuruh dan melarang agar pribadi penganutnya menjadi baik dan terbiasa dengan yang baik.<sup>13</sup>

b. Fungsi Penyelamat

Keselamatan yang diberikan oleh agama kepada penganutnya adalah keselamatan yang meliputi dua alam yaitu alam dunia dan akhirat.

---

<sup>12</sup> M.Amin Abdullah, Metodologi Studi Agama. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000. Hal.280

<sup>13</sup> Musa Asyarie. Agama Kebudayaan dan Pembangunan menyongsong Era Industrialisasi. Yogyakarta: Kalijaga Press ,1988. Hal.107



c. Fungsi Perdamaian

Melalui agama, seseorang yang bersalah atau berdosa dapat mencapai kedamaian batin melalui pemahaman agama.

d. Fungsi Pengawasan Sosial

Ajaran agama oleh penganutnya dianggap sebagai norma, sehingga dalam hal ini agama dapat berfungsi sebagai pengawasan sosial secara individu maupun kelompok.

e. Fungsi Pemupuk Rasa Solidaritas

Para penganut agama yang secara psikologis akan merasa memiliki kesamaan dalam kesatuan iman dan kepercayaan. Rasa kesatuan ini akan membina rasa solidaritas dalam kelompok maupun perorangan, bahkan kadang-kadang dapat membina rasa persaudaraan yang kokoh.

f. Fungsi Transformatif

Ajaran agama dapat mengubah kehidupan manusia seseorang atau kelompok menjadi kehidupan baru sesuai dengan ajaran agama yang

dianutnya, kehidupan baru yang diterimanya berdasarkan ajaran agama yang dipeluk kadangkala mampu merubah kesetiaannya kepada adat atau norma kehidupan yang dianutnya. Terdapat beberapa hal dalam kaitannya dengan religiusitas :<sup>14</sup>

Religiusitas sebagai keberagamaan meliputi berbagai macam sisi atau dimensi yang bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Dapat diartikan, bahwa pengertian religiusitas adalah seberapa mampu individu melaksanakan aspek keyakinan agama dalam kehidupan beribadah dan kehidupan sosial lainnya.<sup>15</sup>

Secara definitif, menurut Harun Nasution, agama adalah :

- a. Pengakuan terhadap adanya hubungan manusia dengan kekuatan ghaib yang harus dipatuhi.

---

<sup>14</sup> Musa Asyarie. Agama Kebudayaan dan Pembangunan menyongsong Era Industrialisasi. Yogyakarta: Kalijaga Press, 1988. Hal.108

<sup>15</sup> Yolanda Hani Putriani, Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Aspek Religiusitas, Jurnal JESTT Vol.2 No.7 Juli 2015. (Surabaya: Universitas Airlangga, 2015)

- b. Pengakuan terhadap adanya kekuatan ghaib yang menguasai manusia.
- c. Mengikat diri pada suatu bentuk hidup yang mengandung pengakuan pada suatu sumber yang berada diluar diri manusia dan yang mempengaruhi perbuatan-perbuatan manusia.
- d. Kepercayaan pada suatu kekuatan ghaib yang menimbulkan cara hidup tertentu.
- e. Suatu sistem tingkah laku (*code of conduct*) yang berasal dari sesuatu kekuatan ghaib.
- f. Pengakuan terhadap adanya kewajiban-kewajiban yang diyakini bersumber pada suatu kekuatan ghaib.
- g. Pemujaan terhadap kekuatan ghaib yang timbul dari perasaan lemah dan perasaan takut terhadap kekuatan misterius yang terdapat dalam alam sekitar manusia.
- h. Ajaran-ajaran yang diwahyukan Tuhan kepada manusia melalui seorang Rasul (Harun Nasution : 10)<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Jalaludin, *Psikologi Agama*, (Rajagrafindo Persada, 2012), Hal.12-13

Religius menurut Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-Baqarah (sapi betina) surah 2 ayat 208 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا

تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ

مُبِينٌ

Artinya :

*“Wahai orang-orang yang beriman! Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu.”*<sup>17</sup>

### **Tafsir Al-Misbah**

Tafsir QS. Al Baqarah (2) : 208. Oleh Muhammad Quraish

Shihab :

*Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kalian orang-orang yang cenderung berdamai.*

---

<sup>17</sup> Al Quran al-Karim. 2005. Departemen Agama RI, Al quran dan Terjemahannya. Q.S. Al-Baqarah Ayat : 208. Bandung: CV. Penerbit Jumanatul Ali.

*Janganlah kalian menumbuhkan sikap fanatisme jahiliah atau sejenisnya yang sering menimbulkan permusuhan dan perpecahan.*

*Dan janganlah kalian berjalan di jalan setan yang selalu mendorong kepada perpecahan.*

*Sesungguhnya setan adalah musuh yang amat jelas bagi kalian.*

[1]

*[1] Ayat ini merupakan perintah kepada kaum Muslimin untuk mencintai perdamaian.*

*Peperangan dan permusuhan digambarkan sebagai mengikuti jalan setan.*

*Hidup damai antar sesama Muslim atau dengan kelompok lain menjadi ajaran terpenting Ayat ini juga meletakkan perdamaian sebagai suatu sikap dasar dalam hubungan internasional sebagaimana yang dianut semua agama samawi.*

*Sebelumnya prinsip yang dipraktekkan oleh bangsa-bangsa di dunia adalah hukum rimba :*

“yang kuat akan menindas dan mengeksploitasi yang lemah.”

*Maka perang yang diperintahkan.*

Religiusitas adalah sesuatu yang menitik beratkan pada masalah perilaku, sosial dan merupakan sebuah doktrin dari setiap agama atau golongan. Karenanya doktrin yang dimiliki oleh setiap agama wajib di ikuti oleh setiap pengikutnya.<sup>18</sup>

Menurut Sidi Gazalba, dalam memberikan deskripsi tentang pengertian agama atau religi, menjelaskan sebagai berikut : *Religi* adalah kecenderungan rohani manusia, yang berhubungan dengan alam semesta, nilai yang meliputi segalanya, makna yang terakhir, hakikat dari semuanya itu. *Religi* mencari nilai dan makna dalam sesuatu, yang berbeda sama sekali dari segala sesuatu yang dikenal, karena itulah dikatakan bahwa *religi* itu berhubungan dengan yang kudus. Manusia mengakui adanya dan bergantung mutlak pada yang kudus, yang dihayati sebagai tenaga di atas manusia

---

<sup>18</sup> Fetzer, John E. Multidimensional Measurement of Religiousness/Spirituality for Use in Health. A Report of the Fetzer Institute/National Institute on Aging Working Group. (Kalamazo: John E. Fetzer Institute, 1999)

dan diluar kontrolnya, untuk mendapatkan pertolongan daripadanya, manusia dengan cara bersama-sama menjalankan ajaran, upacara, dan tindakan dalam usahanya itu.<sup>19</sup>

## 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Thouless dalam Sayyidatul menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan adalah sebagai berikut :<sup>20</sup>

- a. Faktor pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.

- b. Faktor Pengalaman

Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan terutama

---

<sup>19</sup> Ibid, Hal.41-42

<sup>20</sup> Sayyidatul Maghfiroh. Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan sosial terhadap minat menabung di Bank Syariah pada Santri Mahasiswi Darush Shalihat. (Yogyakarta: Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2018) Hal.24-25

pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

c. Faktor kehidupan

Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat dibedakan menjadi empat bagian, yaitu :

- 1) Kebutuhan akan keamanan dan keselamatan
- 2) Kebutuhan akan cinta kasih
- 3) Kebutuhan untuk memperoleh harga diri
- 4) Kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

d. Faktor Intelektual

Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa setiap individu memiliki tingkat religiusitas yang berbeda-beda dan tingkat religiusitasnya bisa dipengaruhi dari 2 macam faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu pengalaman-



pengalaman spiritual, kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, kebutuhan akan cinta kasih, kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan kebutuhan yang timbul karena ancaman kematian. Sedangkan faktor eksternal yaitu pengaruh pendidikan dan pengajaran dan berbagai tekanan sosial dan faktor intelektualitas.

### **3. Indikator Religiusitas**

Menurut Glock dan Stark indikator religiusitas dapat diukur dengan :<sup>21</sup>

#### 1) Keyakinan (ideologis)

Pengharapan-pengharapan dimana orang yang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran-kebenaran doktrin tersebut. Dimensi ini menunjuk pada seberapa tingkat keyakinan Muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang bersifat fundamental menyangkut keyakinan pada Allah swt, Malaikat, dan Rasul.

---

<sup>21</sup> Glock and Stark. *Religion and Society in Tension*. Chicago: Rand McNally (1965) diterjemahkan oleh Ancok dan Suroso dalam karyanya yang berjudul *Psikologi Islami*.

Setiap agama mempertahankan seperangkat kepercayaan dimana para penganut diharapkan akan taat. Walaupun demikian, isi dan ruang lingkup keyakinan bervariasi, tidak hanya diantara agama-agama tetapi juga di antara tradisi-tradisi agama yang sama.

## 2) Praktik agama (Ritualistik)

Hal ini mencakup pemujaan atau ibadah, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Dimensi ini mencakup perilaku ibadah, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen atau tingkat kepatuhan muslim terhadap agama yang dianutnya menyangkut pelaksanaan shalat, puasa, zakat, haji. Praktik keagamaan ini terdiri dari dua kelas penting yaitu ritual dan ketaatan.

## 3) Pengalaman (eksperensial)

Berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi, dan sensasi-

sensasi yang dialami seseorang atau diidentifikasi oleh suatu kelompok keagamaan yang melihat komunikasi walaupun kecil dalam suatu esensi ketuhanan yaitu Tuhan.<sup>22</sup>

#### 4) Pengetahuan (intelektual)

Yaitu sejauh mana individu mengetahui, memahami ajaran-ajaran agamanya terutama yang ada dalam kitab suci dan sumber lainnya. Dimensi ini menunjuk pada seberapa tingkat pengetahuan dan pemahaman muslim terhadap ajaran-ajaran pokok dari agamanya. Sebagaimana yang terdapat dalam kitab suci dengan harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar keyakinan, dan tradisi-tradisi agama.

#### 5) Pengamalan (konsekuensial)

Sejauh mana perilaku individu dimotivasi oleh ajaran agamanya dalam kehidupan sosial. Dimensi

---

<sup>22</sup> Yolanda Hani Putriani, Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Aspek Religiusitas, Jurnal JESTT Vol.2 No.7 Juli 2015. (Surabaya: Universitas Airlangga, 2015)

ini mengarah pada akibat-akibat keyakinan agama, praktik, pengalaman, pengetahuan seorang dari hari ke hari. Menunjuk pada tingkatan perilaku muslim yang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya. Seperti suka menolong, dan adab bekerjasama.<sup>23</sup>

Kriteria orang yang mampu menerapkan aspek religiusitas:<sup>24</sup>

a. Kemampuan Melakukan Differensiasi

Artinya kemampuan dengan baik dimaksudkan sebagai individu dalam bersikap dan berperilaku terhadap agama secara obyektif, kritis, berfikir secara terbuka. Individu yang memiliki sikap religiusitas tinggi yang mampu melakukan diferensiasi, akan mampu menempatkan aspek rasional sebagai salah satu bagian dari kehidupan beragamanya, sehingga pemikiran tentang agama menjadi lebih kompleks dan realistis.

---

<sup>23</sup> Ancok, D Suroso, Psikologi Islami, Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2001. Hal.80.

<sup>24</sup> Abdul Wahib, Psikologi Agama Pengantar Memahami Perilaku Agama, Semarang: Karya Abadi Jaya, 2015, Hal.112

b. Berkarakter Dinamis

Apabila individu telah berkarakter dinamis, agama telah mampu mengontrol dan mengarahkan motif-motif dan aktivitasnya. Aktivitas keagamaan semuanya dilakukan demi kepentingan agama itu sendiri.

c. Integral

Keberagaman yang matang akan mampu mengintegrasikan atau menyatukan sisi religiusitasnya dengan segenap aspek kehidupan termasuk sosial, ekonomi.

d. Sikap Berimbang Antara Kesenangan Dunia Tanpa Melupakan Akhirat.

Seorang yang memiliki sikap religiusitas tinggi akan mampu menempatkan diri antara batas kecukupan dan batas kelebihan.<sup>25</sup> Sikap religiusitas dalam hal perilaku konsumtif berdasarkan kepada akhlak seseorang. Akhlak dan rasional menempati posisi puncak yang menjadi tumpuan para pelaku

---

<sup>25</sup> Abdullah Abdul Husain at tariqi. Ekonomi Islam Prinsip, Dasar, Dan Tujuan. Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004. Hal.139

ekonomi dan bisnis dalam melakukan aktivitasnya.<sup>26</sup>

#### **4. Fungsi Agama dalam Kehidupan Individu**

Agama dalam kehidupan individu berfungsi sebagai suatu sistem nilai yang memuat norma-norma tertentu. Secara umum norma-norma tersebut menjadi kerangka acuan dalam bersikap dan bertindak laku agar sejalan dengan keyakinan agama yang dianutnya. Sebagai sistem nilai agama memiliki arti yang khusus dalam kehidupan individu serta dipertahankan sebagai bentuk ciri khas.

Dilihat dari fungsi dan peran agama dalam memberi pengaruhnya terhadap individu baik dalam bentuk sistem nilai, motivasi maupun pedoman hidup, maka pengaruh yang paling penting adalah sebagai pembentuk kata hati (*conscience*).

Erich Fromm membagi kata hati menjadi kata hati “otoritarian dan kata hati humanistik”. Kata hati otoritarian dibentuk oleh pengaruh luar, sedangkan humanistik bersumber dari dalam diri manusia. Erich Fromm melihat manusia sebagai makhluk yang secara individu telah

---

<sup>26</sup> Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam Edisi Ketiga*. Jakarta: Pt RajaGrafindo Persada, 2008, Hal.34

memiliki potensi humanistik dalam dirinya. Kemudian selain itu individu juga menerima nilai-nilai bentukan dari luar. Keduanya membentuk kata hati dalam diri manusia. Dan apabila keduanya berjalan seiring secara harmonis, maka manusia akan merasa bahagia.

Pada diri manusia telah ada sejumlah potensi untuk memberi arah dalam kehidupan manusia. Potensi tersebut adalah : *hidayat al-ghariziyyat* (naluriah), *hidayat al-hissiyat* (inderawi), *hidayat al-aqliyyat* (nalar) dan *hidayat al-diniyyat* (agama). Semua itu merupakan potensi fitrah yang dibawa sejak lahir. Pengaruh lingkungan terhadap seseorang adalah memberi bimbingan kepada potensi yang dimilikinya itu. Dari hal tersebut, maka pengaruh agama dalam kehidupan individu adalah memberi kemantapan batin, rasa bahagia, rasa terlindungi, rasa sukses dan rasa puas.

Perasaan positif ini lebih lanjut akan menjadi pendorong untuk berbuat suatu kebaikan. Agama dalam kehidupan individu selain menjadi motivasi dan nilai etik juga merupakan harapan. Motivasi mendorong seseorang untuk

berkreasi, berbuat kebajikan maupun berkorban, sedangkan nilai etik mendorong seseorang untuk berlaku jujur, menepati janji, menjaga amanat, dan sebagainya. Harapan mendorong seseorang untuk bersikap ikhlas, menerima cobaan yang berat ataupun berdo'a. Sikap seperti itu akan lebih terasa secara mendalam jika bersumber dari keyakinan terhadap agama.<sup>27</sup>

## 5. Religiusitas dalam Islam

Allah swt memerintah kita untuk beriman secara penuh dan menjauhi musuh besar umat islam yakni syaiton. Sebagaimana yang telah difirmankan dalam *Q.S. Al-Baqarah (sapi betina) surah 2 ayat 208* :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا

تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطٰنِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ

مُبِينٌ

---

<sup>27</sup> Jalaludin, *Psikologi Agama*, Hal.256-257



Artinya :

*“Wahai orang-orang yang beriman! Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu.”*<sup>28</sup>

### **Tafsir Al-Misbah**

Tafsir QS. Al Baqarah (2) : 208. Oleh Muhammad Quraish

Shihab :

*Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kalian orang-orang yang cenderung berdamai.*

*Janganlah kalian menumbuhkan sikap fanatisme jahiliah atau sejenisnya yang sering menimbulkan permusuhan dan perpecahan.*

*Dan janganlah kalian berjalan di jalan setan yang selalu mendorong kepada perpecahan.*

*Sesungguhnya setan adalah musuh yang amat jelas bagi kalian. [1]*

*[1] Ayat ini merupakan perintah kepada kaum Muslimin untuk mencintai perdamaian.*

---

<sup>28</sup> Ibid, hal 31

*Peperangan dan permusuhan digambarkan sebagai mengikuti jalan setan.*

*Hidup damai antar sesama Muslim atau dengan kelompok lain menjadi ajaran terpenting Ayat ini juga meletakkan perdamaian sebagai suatu sikap dasar dalam hubungan internasional sebagaimana yang dianut semua agama samawi.*

*Sebelumnya prinsip yang dipraktekkan oleh bangsa-bangsa di dunia adalah hukum rimba:*

*yang kuat akan menindas dan mengeksploitasi yang lemah.*

*Maka perang yang diperintahkan*

Setelah membaca serta memahami firman Allah swt, maka dapat disimpulkan bahwa Allah swt menyerukan kepada mukminin untuk masuk ke dalam islam sepenuhnya, memahami serta mengamalkan ajaran islam sepenuhnya.

Selanjutnya Allah swt melarang semua orang mukmin untuk mengikuti langkah syaitan, dalam hal ini yaitu berbuat dzolim terhadap sesama, berbuat rusak, mengikuti hawa nafsu dan sebagainya. Karena hal tersebut merupakan jalan sesat yang secara nyata diarahkan syaitan agar kita

terjerumus di dalamnya, mengikuti jejak syaitan hingga ke neraka. Maka dari itu kita wajib menghindarinya karena syaitan juga adalah musuh yang nyata bagi bani Adam.

Dalam Al-Qur'an, perintah tentang perbuatan manusia disebutkan dalam *Q.S. Al-Jaatsiyah (yang bertekuk lutut) surah 45 ayat 18 :*

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ  
أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

Artinya :

*“Kemudian Kami jadikan engkau (Muhammad) mengikuti syariat (peraturan) dari agama itu, maka ikutilah (syariat itu) dan janganlah engkau ikuti keinginan orang-orang yang tidak mengetahui.”*<sup>29</sup>

### **Tafsir Al-Misbah**

Tafsir QS. Al Jaatsiyah (45) : 18. Oleh Muhammad Quraish

Shihab :

---

<sup>29</sup> Al Quran al-Karim. 2005. Departemen Agama RI, Al quran dan Terjemahannya. Q.S. Al-Jatsiyah ayat 18. Bandung: CV. Penerbit Jumanatul Ali.

Kemudian, setelah terjadi perselisihan di antara Ahl al-Kitab itu, Kami menjadikanmu, Muhammad, sebagai seorang utusan yang berada di atas ajaran syariat agama yang jelas yang telah Kami syariatkan kepadamu dan kepada rasul-rasul sebelumnya.

Maka dari itu, ikutilah syariatmu yang benar dan diperkuat dengan hujah-hujah dan bukti-bukti itu.

Janganlah kamu mengikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui jalan yang benar.

Serta dalam Al-Qur'an juga menyebutkan larangan tentang perbuatan manusia dalam *Q.S. Al-Hasyr* (pengusiran) surah 59 ayat 7 :

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَ  
 لِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ  
 دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۗ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ  
 وَمَا نَهَاكُم عَنْهُ فَانْتَهُوا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya :

*“Harta rampasan (fai’) dari mereka yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (yang berasal) dari penduduk beberapa negeri, adalah untuk Allah, Rasul, kerabat (Rasul), anak-anak yatim, orang-orang miskin dan untuk orang-orang yang dalam perjalanan, agar harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu.*

*Apa yang diberikan Rasul kepadamu maka terimalah.*

*Dan apa yang dilarangnya bagimu maka tinggalkanlah.*

*Dan bertakwalah kepada Allah.*

*Sungguh, Allah sangat keras hukuman-Nya.”<sup>30</sup>*

### **Tafsir Al-Misbah**

Tafsir QS. Al Hasyr (59) : 7. Oleh Muhammad Quraish Shihab:

*Harta penduduk kampung yang Allah serahkan kepada Rasul-Nya tanpa mencepatkan kuda atau unta adalah milik Allah, Rasul-Nya, kerabat Nabi, anak yatim, orang miskin, dan ibn sabil (musafir di jalan Allah).*

---

<sup>30</sup> Al Quran al-Karim. 2005. Departemen Agama RI, Al quran dan Terjemahannya. Q.S. Al-Hasyr ayat 7. Bandung: CV. Penerbit Jumanatul Ali.

*Hal itu dimaksudkan agar harta tidak hanya berputar di kalangan orang kaya di antara kalian saja.*

*Hukum– hukum yang dibawa oleh Rasulullah itu harus kalian pegang, dan larangan yang ia sampaikan harus kalian tinggalkan.*

*Hindarkanlah diri kalian dari murka Allah.*

*Sesungguhnya Allah benar-benar kejam siksa-Nya.*

Di samping itu, kita juga wajib memupuk dan menumbuhkan bibit keislaman dalam diri kita. Bibit-bibit keagamaan tersebut hanya akan berkembang baik dan optimal bila terdapat seperangkat keyakinan dan aturan yang searah dengannya. Agama islam, sebagaimana diungkapkan sendiri oleh Allah SWT adalah merupakan agama yang sesuai dengan fitrah manusia, seperti yang tersebut dalam *Q.S. Al-Rum (bangsa romawi) surah 30 ayat 30* :

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا ۚ فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ

النَّاسَ عَلَيْهَا ۚ لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ۚ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ

أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

Artinya :

*“Maka hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama (Islam);*

*(sesuai) fitrah Allah disebabkan Dia telah menciptakan manusia menurut (fitrah) itu. Tidak ada perubahan pada ciptaan Allah. (Itulah) agama yang lurus, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui.”<sup>31</sup>*

### **Tafsir Al-Misbah**

Tafsir QS. Ar Rum (30) : 30. Oleh Muhammad Quraish Shihab :

*Dari itu, luruskanlah wajahmu dan menghadaplah kepada agama, jauh dari kesesatan mereka.*

*Tetaplah pada fitrah yang Allah telah ciptakan manusia atas fitrah itu.*

*Yaitu fitrah bahwa mereka dapat menerima tauhid dan tidak mengingkarinya.*

*Fitrah itu tidak akan berubah.*

*Fitrah untuk menerima ajaran tauhid itu adalah agama yang lurus.*

---

<sup>31</sup> Al Quran al-Karim. 2005. Departemen Agama RI, Al quran dan Terjemahannya. Q.S. Al-Rum ayat 30. Bandung: CV. Penerbit Jumanatul Ali.

*Tetapi orang-orang musyrik tidak mengetahui hakikat hal itu.*

Disini yang dimaksud dengan fitrah Allah SWT adalah ciptaan Allah SWT yaitu manusia. Manusia diciptakan Allah SWT mempunyai naluri beragama yaitu tauhid. Kalau ada manusia tidak bertauhid, maka hal itu tidaklah wajar. Mereka tidak bertauhid itu hanyalah karena pengaruh lingkungan dan jauh dari Allah SWT serta Rasulnya.

Esensi Islam dalam tauhid atau pengesaan Tuhan, tindakan yang menegaskan Allah SWT, penguasa yang mutlak dan transenden, penguasa segala yang ada. Searah dengan pandangan islam, Glock dan Stark menilai bahwa kepercayaan agama adalah jantungnya dimensi keyakinan.<sup>32</sup>

## **B. Sertifikat Halal**

### **1. Pengertian Sertifikat Halal**

**Sertifikasi Halal LP POM MUI (Majelis Ulama Indonesia)**

Kata “halal” berasal dari bahasa Arab yang berarti “melepaskan” dan “tidak terikat”, secara etimologis halal

---

<sup>32</sup> Ancok dan Suroso, *Psikologi Islami*, (Yogyakarta : Pustaka Belajar, 2011), Hal.79



berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan--ketentuan yang melarangnya. dapat diartikan segala sesuatu yang bebas dari bahaya duniawi dan ukhrawi. Sedangkan tayyib berarti makanan yang tidak kotor atau rusak dari segi zatnya atau tercampur benda najis dengan pengertian baik. Ada juga yang mengartikan sebagai makanan yang mengundang selera konsumennya dan tidak membahayakan fisik serta akalinya, yang secara luas dapat diartikan dengan makanan yang menyehatkan.

Makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok makhluk hidup untuk kelangsungan hidupnya. Yang menjadi perhatian adalah mengenai kualitas dan kuantitas yang baik untuk kesehatan serta gizi yang akan diserap oleh tubuh. Meskipun mayoritas penduduk indonesia beragama Islam, namun masih banyak ditemui orang dengan seenaknya mengkonsumsi makanan yang belum jelas kehalalannya. Padahal umat Islam diperintahkan untuk memakan makanan yang halal dan bergizi serta meninggalkan makanan yang haram. Halal dan haramnya

makanan, masing-masing di maksudkan untuk mewujudkan kemaslahatan dan memusnahkan kemudharatan bagi umat manusia.<sup>33</sup> Karena itulah Islam memberikan batasan antara makanan yang halal dan makanan yang haram.

Dasar hukum diberlakukannya sertifikasi halal adalah hanya bersumber dari ketentuan syariat (al-hukm asy-syar'i). Untuk menjamin pemberlakuan ketentuan syariah ini terkait hukum halal haram, diperlukan regulasi yang bersifat procedural (al-hukm, al-ijrai'). Adapun dasar hukum berlakunya sertifikasi halal dalam "Q.S. *An-Nahl* (lebah) surah 16 Ayat 114".<sup>34</sup>

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا

نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya :

*"Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu, dan syukurilah nikmat Allah,*

---

<sup>33</sup> Fadhlhan Mudhafier, *Makanan Halal : Kebutuhan Umat dan Kepentingan Pengusaha*, (Jakarta : Zakia Press, 2005), Cet. Kedua, Hal. 16

<sup>34</sup> Burhanudin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, Malang: UIN Maliki Press, 2011, Hal.142.

*jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.”<sup>35</sup>*

### **Tafsir Al-Misbah**

Tafsir QS. An Nahl (16) : 114. Oleh Muhammad Quraish Shihab :

*Sementara orang-orang musyrik mengingkari nikmat-nikmat Allah dan mengganti nikmat itu menjadi keburukan, maka pilihlah bagi kalian, wahai orang-orang yang beriman, jalan untuk bersyukur.*

*Makanlah segala yang dikaruniakan Allah kepada kalian berupa rezeki yang halal dan baik.*

*Janganlah mengharamkan sesuatu yang halal untuk diri kalian.*

*Syukurilah nikmat-nikmat itu dengan cara menaati Allah saja, bukan yang lain, jika kalian benar-benar hanya menyembah Allah.*

Negara Republik Indonesia merupakan Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Jumlah penduduknya mencapai sekitar 220 juta jiwa, diantaranya adalah 87% kaum muslimin, yaitu sekitar 200 juta jiwa beragama Islam.

---

<sup>35</sup> Al Quran al-Karim. 2005. Departemen Agama RI, Al quran dan Terjemahannya. QS. An-Nahl Ayat 114. Bandung: CV. Penerbit Jumanatul Ali.

Kebanyakan mereka bermadzhab Syafi'i. Indonesia hanya memiliki satu buah lembaga saja untuk mengurus Sertifikasi Halal ini.

Agar tidak terulang kembali tuntutan dan protes masyarakat di masa mendatang, maka “Pimpinan Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk sebuah lembaga khusus untuk mengkaji pangan, obat, dan kosmetika (LP POM)”.<sup>36</sup> Hal ini dituangkan dalam keputusan “MUI No. kep. 18/MUI/1/1989”. Tujuan didirikan lembaga ini adalah :

1. Mencegah terjadinya peristiwa serupa pada masa mendatang.
2. Menjaga kaum muslim untuk mengonsumsi bahan-bahan makanan yang halal saja

Sertifikasi Halal adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat Halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal pada kemasan produk. Sertifikasi halal berlaku selama 2 tahun, dikeluarkan “MUI” dengan pengesahan Departemen Agama. Khusus untuk daging yang diekspor, Surat

---

<sup>36</sup> Ali Mustafa Yaqub, Kriteria Halal Haram (untuk pangan obat dan kosmetika menurut Al-Qur'an dan Hadis), Jakarta : PT. Pustaka Firdaus, 2009, Hal.256.

Keterangan Halal diberikan untuk setiap pengapalan. Sertifikat halal bisa dicabut sebelum masa berlakunya habis, jika produsen terbukti melakukan penyalahgunaan label halal pada produknya.<sup>37</sup>

Berdasarkan panduan Sertifikat Halal Departemen Agama Tahun 2003, produk Halal memiliki kriteria :

- a. Tidak mengandung babi dan bahan makanan yang berasal dari babi.
- b. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan, seperti bahan-bahan dari organ manusia, darah, kotoran, dan sebagainya.
- c. Semua bahan yang berasal dari halal dan disembelih melalui syariat Islam.
- d. Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamer (alkohol).<sup>38</sup>

Sertifikat yang menyatakan kehalalan suatu produk makanan dan minuman, obat-obatan dan kosmetika oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LP POM MUI) hanya mencakup sebatas perlindungan pada wilayah nilai hukum substansial (dzalayah) suatu produk. Ketika suatu produk makanan yang

---

<sup>37</sup> Ibid.

<sup>38</sup> Ibid, Hal.156.

sudah dinyatakan halal oleh “MUI (berlabel halal)”, tapi dalam kenyataannya ditemukan adanya unsur campuran barang haram atau najis, seperti kasus mutakhir “Ajinomoto”, maka dalam kasus ini MUI sudah mengantisipasi dengan mengadakan kebijaksanaan bahwa MUI suatu saat akan mengadakan pemeriksaan secara mendadak dan acak melalui laboratorium pada barang yang dinyatakan halal.

Jika kemudian ditemukan adanya unsur tercampur dengan barang haram atau najis dalam barang bersangkutan, maka MUI akan mengumumkan langsung atas keharaman barang tersebut melalui “Jurnal Halal LP POM MUI dan media massa lain (cetak atau elektronika)”, walaupun masa berlaku sertifikat halalnya belum habis. Hal ini dilakukan karena produsen telah menyalahi kesepakatan bahwa produsen akan selalu tetap menjaga kehalalan produk selama masa sertifikat halal berlaku.<sup>39</sup>

Menurut penelitian Zailani, Omar, dan Kepong (2011) menyatakan bahwa sertifikasi halal sebagai bentuk

---

<sup>39</sup> Thobieb Al-Asyhar, Bahaya Makanan Haram Bagi Kesehatan Jasmani dan Kesucian Rohani cetakan pertama, Jakarta : PT ALMAWARDI PRIMA, 2002, Hal.157.

pengujian terhadap makanan mulai dari persiapan, penyembelihan, pembersihan, proses, perawatan, pembasmian kuman, penyimpanan, pengangkutan sebaik mungkin, dan sebaik praktik manajemennya.<sup>40</sup> Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal (halal certification) adalah persoalan pokok yang berasal dari prinsip agama Islam dan prosedur yang membuktikan bahwa suatu produk harus bagus, aman, dan pantas untuk dikonsumsi umat muslim. Sertifikasi halal menjamin keamanan suatu produk agar bisa dikonsumsi umat muslim.

Menurut Diana penentuan halal dan tidak halal suatu produk makanan dan minuman pada era global ini tidaklah mudah bahkan mempunyai tingkat kesulitan yang tinggi ini dikarenakan banyak bahan baku dan bahan tambahan yang menggunakan bahan-bahan dari non muslim atau negara barat. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk menjamin hak mendapatkan makanan dan minuman yang halal. Pertama ada jaminan undang-undang yang

---

<sup>40</sup> Anggalia Wibasuri, Tantri Tamara, Yanu Adi Sukma, Measurement Social Media Marketing dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Aplikasi Belanja Online Shopee, Vol 1 jurnal.darmajaya.ac.id, 2020, Hal.70

melindungi. Masalah kedua, mengetahui komposisi dan asal-usul serta cara memproduksi makanan dan minuman. Ketiga yaitu pihak yang berwenang bekerja keras menyusun daftar bahan baku dan bahan tambahan yang sudah diperiksa kehalalannya.<sup>41</sup>

Menurut Nurbowo berdasarkan perjalanan sejarah pemberlakuan sertifikasi halal di Indonesia LPPOM MUI sebagai lembaga yang memelopori pemberian sertifikat halal yang pertama dan masih dianggap satu-satunya di Indonesia.<sup>42</sup>

Berdasarkan Peraturan pemerintah Nomor 69 tahun 1999 tentang label halal dan iklan menyebutkan label adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan pangan.

Berikut adalah label halal resmi dari MUI :

---

<sup>41</sup> Ainol Yakin, "PENCANTUMAN LABEL HALAL (HALAL FOOD) ETIKA DALAM BISNIS DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN", Jurnal Ekomadania, Vol.2 No. 1. (Juli 2018), 24.

<sup>42</sup> Ahmad Izzuddin, "PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN HALAL DAN BAHAN MAKANAN TERHADAP MINAT BELI MAKANAN KULINER", Jurnal Penelitian Ipteks, Vol.3 No. 2 (Juli 2018), 100-114.



**Gambar 2.1**

Sumber : [www.halalmui.org](http://www.halalmui.org)

## **2. Prosedur Sertifikasi Halal MUI**

Untuk memperoleh sertifikat halal LPPOM MUI memberikan ketentuan bagi perusahaan sebagai berikut:

1. Sebelum produsen mengajukan sertifikat halal terlebih dahulu harus mempersiapkan Sistem Jaminan Halal. Penjelasan rinci tentang Sistem Jaminan Halal dapat merujuk kepada Buku Panduan Penyusunan Sistem Jaminan Halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI.
2. Berkewajiban mengangkat secara resmi seorang atau tim Auditor Halal Internal (AHI) yang bertanggung jawab dalam menjamin pelaksanaan produksi halal.
3. Berkewajiban menandatangani kesediaan untuk diinspeksi secara mendadak tanpa pemberitahuan

sebelumnya oleh LPPOM MUI.

4. Membuat laporan berkala setiap 6 bulan tentang pelaksanaan Sistem Jaminan Halal.

Prosedur yang harus dilakukan oleh produsen untuk mendapatkan sertifikasi halal yaitu pertama-tama produsen yang menginginkan sertifikat halal mendaftarkan ke sekretariat LPPOM MUI dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Bagi Industri Pengolahan
  - a) Produsen harus mendaftarkan seluruh produk yang diproduksi di lokasi yang sama dan/atau yang memiliki merek/brand yang sama.
  - b) Produsen harus mendaftarkan seluruh lokasi produksi termasuk maklon dan pabrik pengemasan.
  - c) Ketentuan untuk tempat maklon harus dilakukan di perusahaan yang sudah mempunyai produk bersertifikat halal atau yang bersedia disertifikasi halal.
2. Bagi Restoran dan Katering
  - a) Restoran dan katering harus mendaftarkan seluruh menu yang dijual termasuk produk-produk titipan, kue ulang tahun serta menu musiman.

b) Restoran dan catering harus mendaftarkan seluruh gerai, dapur serta gudang.

3. Bagi Rumah Potong Hewan Produsen harus mendaftarkan seluruh tempat penyembelihan yang berada dalam satu perusahaan yang sama. Setelah penggolongan berdasarkan kategori usaha, beberapa hal yang harus dilakukan perusahaan pemohon yaitu :

- a) Setiap produsen yang mengajukan permohonan Sertifikat Halal bagi produknya, harus mengisi Borang yang telah disediakan. Borang tersebut berisi informasi tentang data perusahaan, jenis dan nama produk serta bahan-bahan yang digunakan.
- b) Borang yang sudah diisi beserta dokumen pendukungnya dikembalikan ke sekretariat LPPOM MUI untuk diperiksa kelengkapannya, dan bila belum memadai perusahaan harus melengkapi sesuai dengan ketentuan.
- c) LPPOM MUI akan memberitahukan perusahaan mengenai jadwal audit. Tim Auditor LPPOM MUI akan melakukan pemeriksaan/ audit

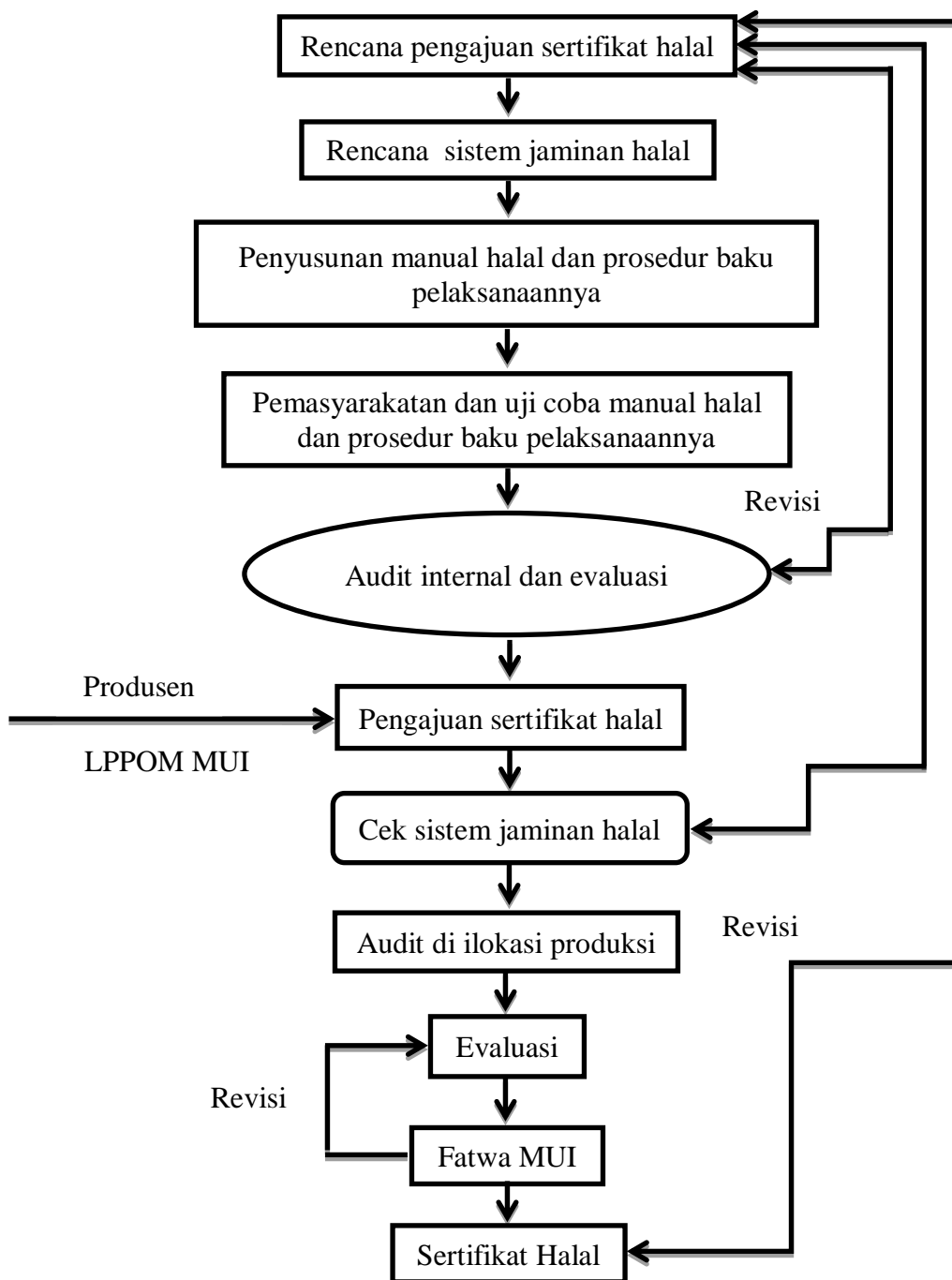
Untuk menjamin kehalalan suatu produk yang telah mendapat sertifikat halal, selain menunjuk Auditor Internal di setiap perusahaan yang bertugas mengawasi kehalalan produknya, MUI menetapkan dan menekankan bahwa jika sewaktu-waktu ternyata diketahui produk-produk tersebut mengandung unsur-unsur barang haram (najis), MUI berhak mencabut sertifikat halal produk bersangkutan. Disamping itu, setiap produk yang telah mendapat sertifikat halal diharuskan pula memperbaharui atau memperpanjang sertifikat halalnya setiap dua tahun sekali, dengan prosedur dan mekanisme yang sama.

Jika setelah dua tahun terhitung sejak berlakunya sertifikat halal, perusahaan yang bersangkutan tidak mengajukan permohonan (perpanjangan) sertifikat halal, perusahaan itu dipandang tidak lagi berhak atas sertifikat halal dan kehalalan produk-produknya di luar tanggung jawab MUI.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Burhanuddin, *Pemikiran...*, Hal.150.

**Gambar 2.2**  
**Bagan Proses Sertifikasi Halal**



### **3. Indikator Sertifikat Halal**

Menurut Shaari dan Arifin (2010) indikator sertifikat halal dapat diukur dengan :

- 1) Logo halal penting dalam memilih produk
- 2) Memilih produk halal berdasarkan logo halal pada produk
- 3) Membeli tanpa mempertimbangkan institusi
- 4) Tidak masalah institusi yang membuat logo halal
- 5) Mengetahui adanya logo halal palsu
- 6) Mengenali perbedaan logo halal yang asli dan palsu

### **4. Kiat Memilih Produk Halal**

Sebenarnya sebagai muslim di Indonesia kita bersyukur, karena “Majelis Ulama Indonesia melalui LP POM MUI” secara berkala mengeluarkan daftar produk halal. Konsumen tidak perlu ragu lagi terhadap produk yang sudah dipasang label ini. Bentuknya adalah “stiker warna hijau, tertulis Halal LP POM MUI”, dan letaknya di bagian kanan atas kemasan.<sup>44</sup>

Walaupun demikian bukanlah berarti bahwa produk lain

---

<sup>44</sup> Rusli Amin, Waspadai Makanan Haram di Sekitar Kita, Jakarta : Almarwardi Prima, 2004, Hal.64.

yang belum mencantumkan sertifikat dan memasang label halal dari “LP POM MUI” itu pasti haram. Tentu tidaklah demikian, sebab boleh jadi mereka masih mengurusnya, karena sebelum label itu diberikan, “LP POM MUI” harus melakukan audit yang cukup ketat.<sup>45</sup>

**Tabel 2.1**  
**Daftar Kandungan (Ingredient) dan Statusnya<sup>46</sup>**

No	INGREDIENT	STATUS
1.	Acetic acid	Halal
2.	Alcohol	Haram
3.	Ammonium Sulfate	Halal
4.	Ammonium chloride	Halal
5.	Animal shortening	Haram
6.	Ascorbic acid	Halal
7.	Aspartame	Halal
8.	Bacon	Haram
9.	Benzoate / benzoid acid	Halal
10.	Calcium carbonate	Halal
11.	Carrageenan	Halal
12.	Cholesterol	Mubah
13.	Citric acid	Halal
14.	Collagen (babi)	Haram
15.	Com syrup	Halal
16.	Dextrin/dextrose	Halal
17.	Dicalcium phosphate	Halal
18.	Diglyceride	Mubah
19.	Enzim	Mubah
20.	Ergocalciferol	Halal
21.	Ergosterol	Halal
22.	Fatty acid	Mubah
23.	Ferrous sulfate	Halal

---

<sup>45</sup> Ibid, Hal.65.

<sup>46</sup> Ibid, Hal.68.

24.	Fructose	Halal
25.	Gelatin	Haram
26.	Glucose	Halal
27.	Glyceride	Mubah
28.	Gum acacia	Halal
29.	Hydrogenated oil	Halal
30.	Hydrolyzed Animal Protein	Mubah
31.	Hedrolyzed Vegetable Protein	Halal
32.	Leavenings	Halal
33.	Lechithin	Halal
34.	Malto dextrin	Halal
35.	Monocalcium pospate	Halal
36.	Mono saccharides	Halal
37.	Pectic materials	Halal
38.	Pectin	Halal
39.	Potassium benzoate	Halal
40.	Saccharine	Halal
41.	Vinegar	Halal
42.	Yeast	Halal

Berdasarkan *tabel 2.1* daftar kandungan dan statusnya diatas tentang kriteria makanan halal dan statusnya dapat disimpulkan bagi setiap muslim, makan dan minum tidak hanya untuk kepentingan mengenyangkan perut, untuk mendapatkan kenikmatan dan untuk menguatkan fisik, akan tetapi lebih dari itu, terkait juga dengan hubungan antara manusia dengan tuhan nya Allah SWT, terkait dengan keselamatan dalam kehidupan akhirat.

Tuntunan Islam telah jelas, bahwa makanan halal akan



mendatangkan keberkahan dan keselamatan serta pahala, sebaliknya makanan haram mendatangkan dosa dan mengundang azab dari Allah swt.<sup>47</sup>

## **C. Keputusan Pembelian**

### **1. Pengertian Keputusan Pembelian**

Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk merupakan suatu tindakan yang lazim dijalani oleh setiap individu konsumen ketika mengambil keputusan membeli. Keputusan membeli atau tidak membeli merupakan bagian dari unsur yang melekat pada diri individu konsumen yang disebut behavior, dimana ia merujuk kepada tindakan fisik yang nyata.

Menurut Buchari Alma (2011:96) keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan process, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang

---

<sup>47</sup> Amin, Waspada..., Hal.68.

akan dibeli.<sup>48</sup>

Menurut Philip Kotler yang diterjemahkan oleh A.B Susanto (2012 : 202) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah Sebagai suatu keputusan yang diambil oleh seorang calon pembeli menyangkut kepastian akan membeli atau tidak.<sup>49</sup>

Menurut Kotler keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat.<sup>50</sup>

Menurut Sciffman & Kanuk yang dikutip oleh Anang Firmansyah dalam bukunya, mendefinisikan bahwa keputusan pembelian adalah pemilihan dua atau lebih alternatif keputusan pembelian. Dengan kata lain, konsumen

---

<sup>48</sup> Buchari Alma (2011:96)

<sup>49</sup> Philip Kotler yang diterjemahkan oleh A.B Susanto (2012 : 202)

<sup>50</sup> Suri Amilia dan M. Oloan Asmara, “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa”, Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol.6 No. 1 (Mei 2017), 660.

yang akan melakukan pilihan harus menentukan pilihan dari berbagai alternatif yang ada. Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tidak dapat dikatakan membuat keputusan.<sup>51</sup>

## 2. Tipe-tipe Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan konsumen pada umumnya berbeda-beda tergantung pada jenis keputusan pembeliannya. Tipe-tipe keputusan pembelian tersebut dapat dikelompokkan kedalam empat tipe, terdapat empat tipe perilaku pembeli dalam keputusan pembelian, yaitu :<sup>52</sup>

**Tabel 2.2**  
**Tipe-tipe Keputusan Pembelian**

	<b>High Involvement</b>	<b>Low Involvement</b>
Significant Differences Between Brands	Complex Buying Behavior	Variety-Seeking Buying behavior
Few Differences Between Brands	Dissonance Reducing Buying Behavior	Habitual Buying Behavior

Sumber : “Kotler & Amstrong (2012:208)”

Penjelasan dari ke empat tipe pembelian yaitu sebagai berikut :

<sup>51</sup> M. Anang Firmansyah. “Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)”, (Yogyakarta: Budi Utami, 2018), Hal.41.

<sup>52</sup> “Kotler” dan “Amstrong (2012:208)”

- a. Perilaku pembelian yang kompleks (*Complex Buying Behavior*)

Dimana konsumen terlibat dalam perilaku pembelian yang rumit disaat mereka sangat terlibat dalam sebuah pembelian dan menyadari adanya yang signifikan diantara berbagai merek.

- b. Perilaku pembelian yang mengurangi ketidakefesiensian (*Dissonance Reducing Buying Behavior*)

Konsumen mengalami keterlibatan tinggi akan tetapi melihat sedikit perbedaan, diantara merek-merek. Keterlibatan yang tinggi didasari oleh fakta bahwa pembelian tersebut mahal, jarang dibeli dan beresiko.

- c. Perilaku pembelian yang mencari keragaman (*Dissonance Reducing Buying Behavior*)

Beberapa situasi pembeli ditandai oleh keterlibatan konsumen yang rendah namun perbedaan merek yang signifikan. Dalam situasi ini, konsumen sering melakukan perpindahan merek.

- d. Perilaku pembelian yang karena kebiasaan (Habitual Buying Behavior)

Keterlibatan konsumen rendah sekali dalam proses pembelian karena tidak ada perbedaan nyata diantara berbagai merek. Harga barang relatif rendah.

### 3. Indikator Keputusan Pembelian

Berdasarkan definisi tersebut, peneliti sampai pada pemahaman bahwa keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang akan membuat konsumen secara aktual mempertimbangkan segala sesuatu dan pada akhirnya konsumen membeli produk yang paling mereka sukai.

Sementara itu keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk meliputi enam sub keputusan (pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian, metode pembayaran), "*Kotler dan Keller*" yang dialih bahasakan "*A.B Susanto (2012:184)*" menjelaskannya sebagai berikut :<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> *Kotler dan Keller*" yang dialih bahasakan "*A.B Susanto (2012:184)*"

a. Pilihan produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan.

b. Keputusan Tentang merek

Pembeli harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

c. Pilihan penyalur

Pembeli harus mengambil keputusan penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap pembeli mempunyai pertimbangan yang berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap dan lain-lain.

d. Waktu pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya : ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali, tiga minggu sekali atau sebulan sekali.

e. Jumlah pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli.

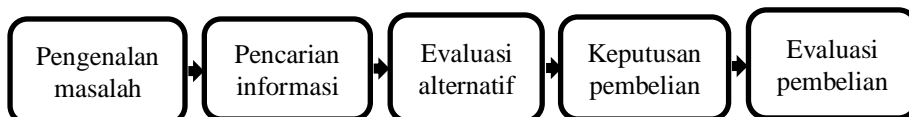
#### **4. Proses Keputusan Pembelian**

Seorang konsumen dalam membeli suatu produk akan memandang suatu produk dari berbagai sudut pandang, hal inilah yang disebut dengan tahap-tahap proses keputusan pembelian. Proses keputusan pembelian konsumen terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada tahap keputusan pembelian dan

selanjutnya tahap pasca pembelian.<sup>54</sup>

Tahap-tahap tersebut dapat dijelaskan pada gambar 2.2

**Gambar 2.3**



### **Proses Pembelian Konsumen Model 5 tahap**

Penjelasan atas ke lima tahapan tersebut adalah sebagai berikut :

a. Problem Recognition (*Pengenalan Masalah*)

Pada tahap ini konsumen mengetahui ada masalah atau kebutuhan yang harus diselesaikan atau dipenuhi.

b. Information Research (*Pencarian Informasi*)

Pada tahap ini konsumen mencari sebanyak-banyaknya informasi atas alternatif-alternatif pilihan akan barang atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan.

---

<sup>54</sup> “Philip Kotler terjemahaan Hendra Teguh dan Ronny A.Rusli (2012; 204)”



c. Evaluation of Alternatives (*Evaluasi Alternatif*)

Konsumen akan mengevaluasi manfaat produk atau jasa yang akan dibeli tersebut dari berbagai alternatif yang tersedia.

d. Purchase Decision (*Keputusan Pembelian*)

Pada tahap ini konsumen telah menetapkan pilihan pada satu alternatif dan melakukan pembelian.

e. Postpurchase Decision (*Perilaku Pasca Pembelian*)

Pada tahap setelah pembelian, konsumen akan mengalami level kepuasan dan ketidakpuasan.

## **5. Faktor-faktor yang mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli**

Perilaku konsumen adalah proses yang terjadi pada konsumen ketika ia memutuskan membeli, apa yang dibeli, di mana dan bagaimana membelinya. Setiap pembelian konsumen tercipta karena adanya needs (kebutuhan keperluan) atau wants (keinginan) atau campuran keduanya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, yaitu :<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> Philip Kotler, Manajemen Pemasaran.:Anlisis, Perencanaan,

a. Faktor Lingkungan

Faktor budaya yang meliputi, nilai-nilai yaitu norma yang dianut masyarakat, persepsi yaitu cara pandang sesuatu, preferensi yaitu rasa suka pada satu produk dibandingkan produk lain, behaviour yaitu kebiasaan.

b. Faktor sosial

Faktor ini adalah kelompok yang mempengaruhi anggota atau komunitas dalam membuat keputusan terhadap pembelian suatu barang atau jasa. Faktor keluarga ini juga penting pengaruhnya bagi seseorang dalam memilih suatu barang atau jasa. Peran dan status seseorang di masyarakat atau perusahaan akan mempengaruhi pola tindakannya dalam membeli barang atau jasa.

c. Faktor Teknologi

Transportasi pribadi, alat rumah tangga, audio visual, internet dan seluler.

d. Faktor Pribadi dari :

- 1) Aspek pribadi, yaitu seorang konsumen akan berbeda dari seorang konsumen lainnya karena faktor-faktor pribadi dalam hal berikut : usia, pekerjaan, kondisi keuangan, gaya hidup, kepribadian, konsep diri.
- 2) Aspek psikologis, yaitu faktor kejiwaan atau psikologi yang mempengaruhi seseorang dalam tindakan membeli suatu barang atau jasa yang terdiri dari : motivasi, persepsi, kepercayaan dan perilaku.

#### D. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Darwis Harahap, Nando Farizal, & Masbulan Nasution (2018)	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi Instan Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padang Sidempuan	Labelisasi Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian	Menggunakan variabel Keputusan Pembelian (Dependen)	Tidak menggunakan variabel Religiusitas dan Sertifikat Halal sebagai variabel Independen
2.	Diah Retno Sufi Fauzia, Edriana Pangestuti, Aniesa Samira Bafadhah (2019)	Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian	Religiusitas terbukti berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap variabel minat beli dan Keputusan Pembelian,	Menggunakan variabel Religiusitas dan Sertifikasi Halal (independen) dan variabel Keputusan Pembelian (Dependen)	Perbedaannya terletak pada variabel sertifikat halal (Independen)

			sedangkan Sertifikasi Halal terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel minat beli dan Keputusan Pembelian		
3.	M. Imamuddin (2017)	Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukit Tinggi T.A 2016/2017	Label Halal dan Religiusitas bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian	Menggunakan variabel Religiusitas (Independen) dan variabel Keputusan Pembelian (Dependen)	Tidak menggunakan variabel Sertifikat Halal (Independen)
4.	Dewi Kurnia Sari (2015)	Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor	Labelisasi Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian	Menggunakan variabel Keputusan Pembelian sebagai variabel Dependen	Tidak menggunakan variabel Religiusitas dan Sertifikat Halal sebagai variabel Independen
5.	Faza Akhyar & Kemal (2019)	Pengaruh Religiusitas Dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian	Religiusitas berpengaruh positif terhadap Minat Beli, sedangkan Sertifikasi Halal tidak mempunyai pengaruh positif terhadap Minat Beli. Selanjutnya Religiusitas dan Minat Beli mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.	Menggunakan variabel Religiusitas dan Sertifikasi Halal (Independen) dan variabel Keputusan Pembelian (Dependen)	Perbedaannya terletak pada variabel sertifikat halal (Independen)
6.	Khairatun Nisa' Nurul Hidayah (2019)	Pengaruh Religiusitas Dan Brand Awareness Aqua Terhadap Keputusan Pembelian Aqua Pada Mahasiswa	Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan	Menggunakan variabel Religiusitas (Independen) dan variabel	Tidak menggunakan variabel Sertifikat Halal sebagai

		Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Ponorogo	Pembelian	Keputusan Pembelian (Dependen)	variable Independen
7.	Maspupah (2019)	Pengaruh Religiusitas Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Makanan Dan Minuman Halal Dalam Demasan Di Desa Jatingarang Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang	Religiusitas dan Label Halal berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian	Menggunakan variabel Religiusitas (Independen) dan variabel Keputusan Pembelian (Dependen)	Tidak Menggunakan variabel Sertifikat Halal sebagai variable Independen
8.	Dwi Edi Wibowo & Benny Diah Mandusari (2018)	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan	Labelisasi Halal berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian	Menggunakan variabel Keputusan Pembelian sebagai variabel Dependen	Tidak menggunakan variabel Religiusitas dan variabel Sertifikat Halal sebagai variabel Independen
9.	Premi Wahyu Widyaningrum (2016)	Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo)	Label Halal berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian	Menggunakan variabel Keputusan Pembelian sebagai variabel Dependen	Tidak menggunakan variabel Religiusitas dan variabel Sertifikat Halal sebagai variabel Independen
10.	Ian Alfian & Muslim Marpaung (2017)	Analisi Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan	Label Halal berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian	Menggunakan variabel Keputusan Pembelian sebagai variabel Dependen	Tidak menggunakan variabel Religiusitas dan variabel Sertifikat Halal sebagai variabel Independen

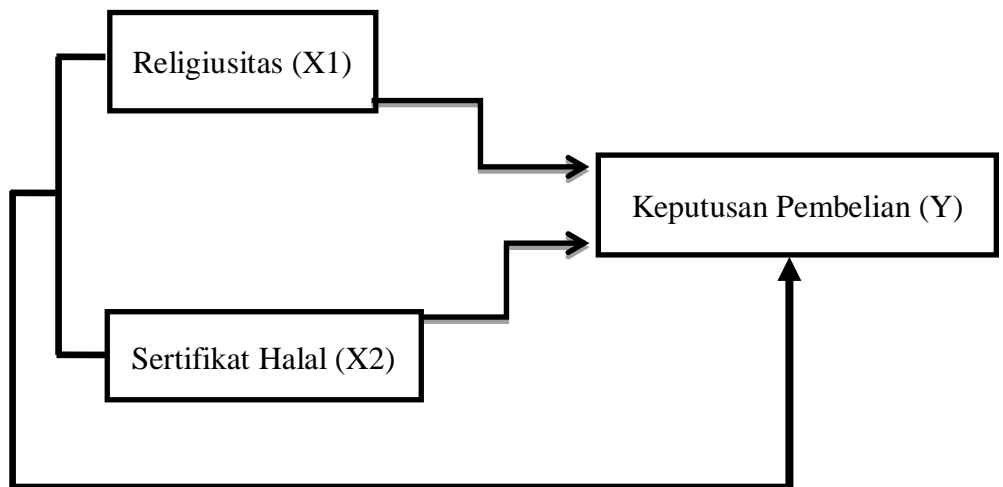
Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber/ 2021

### E. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual dalam melakukan sebuah penelitian untuk mengetahui bagaimana hubungan dan kaitannya antar variabel di dalam sebuah penelitian, dapat di lihat pada gambar berikut :

**Gambar 2.4**

#### **Kerangka Pemikiran**



Sumber : Diolah oleh peneliti. 2021

Keterangan :

Religiusitas (X1) : Variabel Independen (mempengaruhi)

Sertifikat Halal (X2) : Variabel Independen (mempengaruhi)

Keputusan Pembelian (Y) : Variabel Dependen  
(dipengaruhi)

## **F. Pengembangan Hipotesis**

Hipotesis penelitian merupakan sebuah jawaban yang masih bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian dengan menggunakan teori-teori yang ada hubungannya (relevan) dengan permasalahan penelitian dan belum berdasarkan data serta dukungan fakta langsung yang terjadi di lapangan. Jadi, hipotesis penelitian adalah jawaban sementara atas pernyataan-pernyataan yang dipaparkan dalam perumusan masalah.

Berdasarkan Kerangka Teori diatas, maka dapat disusun Hipotesis Penelitian sebagai berikut :

### **1. Religiusitas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian**

Religiusitas mahasiswa muslim merupakan suatu cara untuk mengetahui bagaimana cara mahasiswa muslim melakukan keputusan pembelian burger king untuk dikonsumsi, tanpa adanya religiusitas dari mahasiswa muslim pihak dari restoran burger king mungkin kurang memprioritaskan kehalalan yang terkandung dari komposisi bahan yang digunakan untuk membuat burger king, sehingga memperkecil

peluang mahasiswa muslim untuk melakukan keputusan pembelian burger king tersebut. Penelitian ini didukung oleh Maspupah (2019) berjudul “Pengaruh Religiusitas Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Makanan Dan Minuman Halal Dalam Demasan Di Desa Jatingarang Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang” yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan asumsi diatas, maka dibuat hipotesis sebagai berikut :

**H1: Diduga Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara**

**Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian**

**2. Sertifikat Halal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian**

Sertifikat halal dapat melindungi mahasiswa muslim dari keraguan dalam pengkonsumsian burger king. Label halal merupakan bukti produk yang telah tersertifikasi menjadi sumber informasi dari kualitas produk, dari adanya label halal mahasiswa muslim dapat memperoleh informasi bahwa produk



tersebut dijamin kehalalannya oleh penjamin label halal yaitu MUI. Menurut penelitian Diah Retno Sufi Fauzia, Edriana Pangestuti, Aniesa Samira Bafadhal (2019) yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian” dengan hasil penelitian bahwa sertifikasi halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan asumsi diatas, maka dibuat hipotesis sebagai berikut :

**H2: Diduga Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara**

**Sertifikat Halal terhadap Keputusan Pembelian**

**3. Religiusitas dan Sertifikat Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian**

Religiusitas mahasiswa muslim merupakan suatu cara untuk mengetahui bagaimana cara mahasiswa muslim melakukan keputusan pembelian burger king untuk dikonsumsi, dari adanya label halal mahasiswa muslim dapat memperoleh informasi bahwa produk tersebut dijamin kehalalannya oleh penjamin label halal yaitu Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Menurut penelitian Faza Akhyar & Kemal (2019) dengan judul “Pengaruh Religiusitas Dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian” menyimpulkan bahwa religiusitas dan sertifikat halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**H3: Diduga Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara**

**Religiusitas dan Sertifikat Halal terhadap Keputusan Pembelian**