

**ANALISIS LABEL HALAL PRODUK MINUMAN BINTANG  
ZERO TERHADAP KONSUMEN MUSLIM (STUDI  
DI KOTA MEULABOH)**



**LUTHFIANI MUSIR  
NIM. 221008004**

**PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2025**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

### ANALISIS LABEL HALAL PADA PRODUK BINTANG ZERO TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN (Studi di Kota Meulaboh)

**LUTHFIANI MUSIR**

**NIM .221008004**

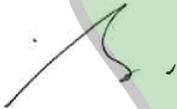
**Program Studi: Ekonomi Syariah**

Tesis ini sudah dapat diajukan kepada  
Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
untuk diujikan dalam ujian Tesis.

Menyetujui

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
Dr. Nilam Sari, MA

  
Muhammad Ariffin, MA., Ph. D

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS LABEL HALAL PADA PRODUK BINTANG ZERO  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN (Studi di Kota Meulaboh)**

**LUTHFIANI MUSIR**

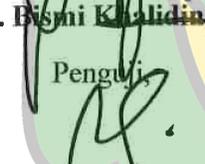
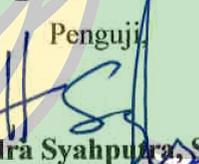
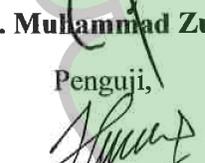
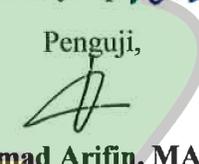
**NIM . 221008004**

**Program Studi : Ekonomi Syariah**

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Tesis  
Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry  
Banda Aceh

Tanggal: 24 Januari 2024 M  
3 Rajab 1446 H

**TIM PENGUJI**

 Ketua, <b>Dr. Bisni Khalidin, M. Si</b> Penguji,	 Sekretaris, <b>Edi Darmawijaya, S. Ag. M.Ag</b> Penguji,
 <b>Dr. Muhammad Zuhilmi, MA</b> Penguji,	 <b>Dr. Hendra Syahputra, SE., MM</b> Penguji,
 <b>Dr. Khairul Amri, SE., M. Si</b>	 <b>Muhammad Arifin, MA., Ph.D</b>

**AR - RANIRY**  
Banda Aceh, 24 Januari 2025  
Pascasarjana

Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh  
Direktur,



**Prof. Eka Srimulyani, MA., Ph. D**

NIP. 197702191998032001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandan tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Luthfiani Musir  
Tempat Tanggal Lahir : Pucok Lueng, 20 Agustus 1999  
Nomor Mahasiswa : 221008004  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu perguruan tinggi dan dalam tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka

Banda Aceh, 17 Januari 2025

Saya yang menyatakan,



Luthfiani Musir  
221008004

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Untuk membantu dalam penulisan tesis, ada beberapa aturan yang menjadi landasan bagi peneliti. Aturan tersebut ditetapkan oleh Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, yang menjadi acuan buku Panduan Penulisan Tesis dan Disertasi tahun Akademik 2019/2020. Transliterasi dimaksudkan untuk menunjukkan huruf daripada bunyinya, yang diharapkan akan memudahkan untuk memahami apa yang sedang ditulis. Ada berbagai cara Fonem konsonan Bahasa Arab dilambangkan dalam tulisan transliterasi ini, tergantung pada huruf yang digunakan.

### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	TH	Te dan Ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha (dengan titik di bawahnya)
خ	Ka'	KH	Ka dan Ha
د	Dal	Ḍ	De
ذ	Zal	ZH	Zet dan Ha
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	SH	Es dan Ha
ص	Sad	Ş	Es (dengan titik dbawahnya)
ض	Dad	Ḍ	D (dengan titik di bawahnya)
ط	Ta'	Ṭ	Te (dengan titik di bawahnya)

ظ	Za	Ẓ	Zed (dengan titik di bawahnya)
ع	'Ain	'-	Koma terbalikdiatasnya
غ	Gain	GH	Ge dan Ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه/ة	Ha'	H	Ha
ء	hamzah	'-	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

2. Konsonan yang dilambangkan dengan **W** dan **Y**

<i>Wad'</i>	وضع
<i>'Iwad</i>	عوض
<i>Dalw</i>	دلو
<i>Yad</i>	يد
<i>ḥiyal</i>	حيل
<i>ṭahî</i>	طهي

3. Mâd dilambangkan dengan **ā**, **ī**, dan **ū**. Contoh:

<i>Ūlā</i>	أولى
<i>Çūrah</i>	صورة
<i>Dhū</i>	ذو
<i>Îmān</i>	إيمان

<i>Fî</i>	يف
<i>Kitāb</i>	كتاب
<i>Siḥāb</i>	سحاب
<i>Jumān</i>	جمان

4. Diftong dilambangkan dengan *aw* dan *ay*. Contoh:

Awj	او
Naw	نوم
Law	لو
Aysar	أيسر
Syaykh	شيخ
'Aynay	عيني

5. Alif (ا) dan waw (و) ketika digunakan sebagai tanda baca tanpa fonetik yang bermakna tidak dilambangkan. Contoh:

<i>Fa'alū</i>	فعلوا
<i>Ulā'ika</i>	أولئك
<i>Ūqiyah</i>	أوقية

6. Penulisan *alif maqṣūrah* (ي) yang diawali dengan barisfatḥah ditulis dengan lambang â. Contoh:

<i>Ḥattā</i>	حتى
<i>Maḍā</i>	مضى

<i>Kubrā</i>	كبرى
<i>Muṣṭafā</i>	مصطفى

7. Penulisan *alif manqūṣah* ( ي ) yang diawali dengan baris kasrah ditulis dengan *î*, bukan *îy*. Contoh:

<i>Raḍī al-Dîn</i>	رضي الدين
<i>al-Miṣrî</i>	المصري

8. Penulisan *ṣ* (*tā' marbūṭah*)

Bentuk penulisan *ṣ* (*tā' marbūṭah*) terdapat dalam tiga bentuk, yaitu:

- a. Apabila *ṣ* (*tā' marbūṭah*) terdapat dalam satu kata, dilambangkan dengan *ṣ* (*hā'*). Contoh:

<i>salāh</i>	صلاة
--------------	------

- b. Apabila *ṣ* (*tā' marbūṭah*) terdapat dalam dua kata, yaitu sifat dan yang disifati (*sifat mauṣūf*), dilambangkan *ṣ* (*hā'*). Contoh:

<i>al-Riṣālah al-Bahîyah</i>	الرسالة البهية ة
------------------------------	---------------------

- c. Apabila *ṣ* (*tā' marbūṭah*) ditulis sebagai *muḍāf* dan *muḍāf ilayh*, dilambangkan dengan “t”. Contoh :

<i>Wizārat al-Tarbiyah</i>	وزارة التربية
----------------------------	---------------

9. Penulisan *ḥ* (*hamzah*)

Penulisan Hamzah terdapat dalam dua bentuk, yaitu:

- a. Apabila terdapat di awal kalimat ditulis dilambangkan dengan

<i>Asad</i>	أسد
-------------	-----

“a”. Contoh:

- b. Apabila terdapat di tengah kata dilambangkan dengan “ ’ ”.  
Contoh:

<i>Mas’alah</i>	مسألة
-----------------	-------

10. Penulisan ء (hamzah) *waṣal* dilambangkan dengan “a”.

Contoh:

<i>Riḥlat Ibn Jubayr</i>	رحلة ابن جبير
<i>al-Istidrāk</i>	الإستدراك
<i>Kutub Iqtanat’hā</i>	كتب أقتنتها

11. Penulisan *syaddah* atau *tasydīd*

Penulisan *syaddah* bagi konsonan *waw* (و) dilambangkan dengan “ww” (dua huruf w). Adapun bagi konsonan *yā’* (ي) dilambangkan dengan “yy” (dua Huruf y) contoh:

<i>Quwwah</i>	قوة
<i>’Aduww</i>	عدو
<i>Syawwal</i>	سؤال
<i>Jaww</i>	جو
<i>al-Miṣriyyah</i>	المصرية
<i>Ayyām</i>	أيام
<i>Quṣayy</i>	قَصْد
<i>al-Kasysyāf</i>	الكشاف

12. Penulisan alif lâm (لا) Penulisan لا dilambangkan dengan “al-” baik pada لا *shamsiyyah* maupun لا *qamariyyah*.

Contoh:

<i>Al-kitāb al-thānī</i>	الكتاب الثاني
<i>Al-ittihād</i>	الإتحاد
<i>Al-aṣl</i>	الأصل
<i>Al-āthār</i>	الآثار
<i>Abū al-Wafā'</i>	ابو الوفاء
<i>Maktabat al-Nahḍahal-Miṣriyyah</i>	مكتبة النهضة المصرية
<i>Bi al-tamām Wa al-kamāl</i>	بالتمام والكمال
<i>Abū al-Layth al-Samarqandī</i>	ابو الليث السرمرقندي

13. Penggunaan “ ’ ” untuk membedakan antara د (*dal*) dan ت (*tā*) yang beriringan dengan huruf ه (*hā*) dengan huruf ذ (*dh*) dan (th). Contoh:

<i>Ad'ham</i>	أدهم
<i>Akramat'hā</i>	أكرمها

14. Tuliskan Allah dan beberapa kombinasinya

Allāh	الله
Billāh	بالله
Lillāh	لله
Bismillāh	بسم الله

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah Swt. yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan sebagaimana mestinya. Adapun judul tesis ini adalah ***“Analisis Label Halal Produk Minuman Bintang Zero Terhadap Konsumen Muslim (Studi Di Kota Meulaboh)”***.

Kemudian shalawat dan salam tidak lupa pula penulis sampaikan kepada Nabi besar Muhammad Saw. yang telah membawa umatnya dari alam kebodohan ke alam yang berilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan tesis ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, dikarenakan penulis juga manusia biasa yang jauh dari sempurna. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Eka Srimulyani, Ph.D selaku Direktur Pascasarjana UIN Ar- Raniry Banda Aceh beserta bapak Prof. T. Zulfikar, M.Ed selaku Wakil Direktur. Kemudian juga Dr. Bismi Khalidin, M.Si selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah beserta bapak Dr. Khairul Amri, S.E., M.Si selaku sekretaris Prodi. Yang mana telah memberikan kemudahan bagi penulis dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan tesis ini.
2. Ibu Dr. Nilam Sari, MA selaku dosen pembimbing 1, dan Bapak Muhammad Ariffin, MA., Ph. D selaku dosen pembimbing 2. Yang telah rela meluangkan waktu mereka untuk memberikan bimbingan, arahan, motivasi, kritik dan saran dalam menyusun tesis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
3. Kedua orang tua penulis yang tercinta, yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan, semangat, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

4. Seluruh dosen pengasuh dan seluruh staf akademik Pascasarjana UIN Ar- Raniry yang telah membantu penulis selama penyelesaian tesis ini.
5. Seluruh narasumber yang telah rela membantu penulis dalam mengumpulkan data penelitian yang dibutuhkan sehingga tersusunnya dan terselesaikannya tesis ini.
6. Sahabat-sahabat seangkatan yang penulis sayangi yang selalu memberi dukungan, semangat, motivasi, dan juga saran kepada penulis dalam menyusun dan menyelesaikan tesis ini.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca dan juga bagi penulis sendiri. Dan semoga Allah Swt. memberikan balasan kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Banda Aceh, 24 Januari 2025

Penulis

**Luthfiani Musir**

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

## ABSTRAK

Judul Tesis : Analisis Label Halal Produk Minuman Bintang Zero Terhadap Konsumen Muslim (Studi di Kota Meulaboh)

Nama Penulis/NIM : Luthfiani Musir/221008004

Pembimbing I : Dr. Nilam Sari, MA

Pembimbing II : Muhammad Arifin, Ph. D

Kata kunci (*keyword*) : Label Halal, Bintang Zero, Konsumen

Berbagai macam ragam minuman yang diproduksi di Indonesia telah dijual beberapa market seperti minuman kaleng Bintang Zero telah masuk ke Aceh khususnya Kota Meulaboh. Minuman Bintang Zero ini merupakan bir dengan kadar alkohol 0% artinya minuman tersebut tanpa adanya kandungan alkohol. Namun, minuman ini sama sekali tidak memiliki label halal serta konsumen muslim Kota Meulaboh membeli Bintang Zero ini tanpa sadar tidak memperhatikan lagi letak label halal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk Bintang Zero tanpa label halal terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang diperoleh dengan wawancara langsung terhadap responden yang mengkonsumsi minuman kaleng Bintang Zero serta wawancara dengan pihak MPU Meulaboh sekaligus LPPOM MPU Aceh dan pihak Indomaret Kota Meulaboh yang menjual produk Bintang Zero, dan metode ini juga menggunakan studi kepustakaan atau dokumentasi terhadap jurnal-jurnal dan penelitian yang relevan.

Hasil penelitan ini menunjukkan bahwa konsumen Kota Meulaboh yang sebagian besar beragama muslim tidak memperhatikan label halal saat memilih produk yang ingin dikonsumsi. LLPOM PMU menyatakan Bintang Zero masih belum mendapatkan labelisasi halal yang artinya produk ini haram hukumnya dikonsumsi, sebab produk tersebut menyerupai sesuatu yang haram seperti penamaan produknya menyerupai dan mengikuti seperti bir sehingga ini disebut *tasyabbuh*.

## ABSTRACT

Thesis Title : Analysis of Halal Labeling on Bintang Zero Beverage Products towards Muslim Consumers (A Study in Meulaboh City)  
Author/NIM : Luthfiani Musir/221008004  
Supervisors : 1. Dr. Nilam Sari, MA  
2. Muhammad Ariffin, Ph. D  
Keywords : Halal Labeling, Bintang Zero, Consumers

A diverse range of beverages produced in Indonesia, including Bintang Zero canned drinks, are now available in markets across the country, including Aceh, particularly Meulaboh City. While Bintang Zero is marketed as a ‘non-alcoholic beer’ with 0% alcohol content, it notably lacks a halal certification. This has led to a concerning situation where Muslim consumers in Meulaboh City inadvertently purchase Bintang Zero, often overlooking the absence of a halal label. This study aimed to determine the influence of Bintang Zero products without halal labels on consumer purchasing decisions.

This study employed a descriptive qualitative methodology. Data were collected through direct interviews with respondents who consumed Bintang Zero canned drinks, as well as with representatives from the Meulaboh MPU (Ulama Consultative Council), LPPOM (Assessment Institute for Foods, Drugs, and Cosmetics) MPU Aceh, and Indomaret Meulaboh City, a retailer of Bintang Zero products. Additionally, the study included a literature review or document study, encompassing relevant journals and studies. The findings of this study revealed that consumers in Meulaboh City, a predominantly Muslim population, generally did not prioritize checking for halal labels when selecting products for consumption. LPPOM MPU confirmed that Bintang Zero had not obtained halal certification, rendering it impermissible for Muslim consumption. This prohibition stemmed from the product’s perceived resemblance to an alcoholic beverage, particularly its name, which closely mirrored that of beer, a phenomenon known as ‘*tasyabbuh*.’

## الملخص باللغة العربية

موضوع الرسالة : تحليل الملصقات الحلال لمنتجات مشروبات Bintang Zero نحو المستهلكين المسلمين (دراسة في مدينة Meulaboh)

الاسم : لطفياي مسير  
رقم القيد : 221008004  
المشرف الأول : د. نيلام ساري، الماجستير  
المشرف الثاني : د. محمد عارفين، الماجستير  
الكلمات المفتاحية : الملصقات الحلال، Bintang Zero، المستهلكون

تم بيع أنواع مختلفة من المشروبات المنتجة في إندونيسيا في عدة أسواق، مثل مشروبات بينتانج زيرو المعلبة التي دخلت آتشي، وخاصة مدينة مولابوه. مشروب Bintang Zero هذا عبارة عن بيرة تحتوي على نسبة كحول تبلغ 0%، مما يعني أن المشروب لا يحتوي على كحول. ومع ذلك، فإن هذا المشروب لا يحمل علامة حلال على الإطلاق، ويقوم المستهلكون المسلمون في مدينة مولابوه بشراء بينتانج زيرو دون أن يدركوا أنهم لم يعودوا يهتمون بمكان وجود علامة الحلال. يهدف هذا البحث إلى تحديد تأثير منتجات Bintang Zero بدون علامة الحلال على قرارات الشراء لدى المستهلك.

## جامعة البراني

هذا البحث عبارة عن بحث نوعي وصفي تم الحصول عليه من خلال مقابلات مباشرة مع المشاركين الذين يستهلكون مشروبات Bintang Zero المعلبة وكذلك مقابلات مع مجلس مناقرة العلماء Meulaboh وكذلك معهد دراسة الأغذية والأدوية ومستحضرات التجم Aceh و Indomaret Meulaboh الذين يبيعون منتجات Bintang Zero، وتستخدم هذه الطريقة أيضًا الدراسات المكتبية أو توثيق المجالات والأبحاث ذات الصلة. تظهر نتائج هذا البحث أن المستهلكين في مدينة Meulaboh ومعظمهم من المسلمين، لا ينتبهون إلى علامة الحلال عند اختيار المنتجات التي يرغبون في استهلاكها. ذكر معهد دراسة الأغذية والأدوية

ومستحضرات التجميل أن Bintang Zero لم تحصل بعد على علامة حلال، مما يعني أن هذا المنتج حرام للاستهلاك، لأن المنتج يشبه شيئاً محرماً، مثل تسمية المنتج مثل ومتابعته مثل البيرة، لذلك يسمى تشبهه وبصرف النظر عن ذلك، لم تقم وحدة مجلس مناظرة العلماء مطلقاً بمراقبة المنتجات التي لا تحمل ملصقات حلال متداولة في مولابوه.



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANLITERASI.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	8
1.3. Rumusan Masalah .....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Kajian Pustaka.....	9
1.7. Kerangka Teori.....	13
1.8. Metodologi Penelitian .....	13
<b>BAB II : KAJIAN TEORITIS</b>	
2.1. Labelisasi Halal dan MPU.....	17
2.1.1. Pengertian Labelisasi Halal.....	17
2.1.2. Landasan Hukum .....	22
2.1.3. Sertifikasi Halal dan Labelisasi Halal .....	32
2.1.4. Pengelolaan Jaminan Labelisasi Produk Halal A R - R A N I R Y .....	46
2.1.5. Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) .....	51
2.1.6. Kedudukan MPU.....	53
2.1.7. Tugas, Fungsi, dan Wewenang LPPOM MPU .....	55
2.2. Konsumen dan Konsumsi Ekonomi Islam .....	61
2.2.1. Definsi Konsumen.....	67
2.2.2. Definsi Konsumsi.....	53
2.2.3. Landasan Hukum .....	70
2.2.4. Prinsip-Prinsip Konsumsi dalam Islam .....	72

2.3. Keputusan Pembelian Konsumen.....	75
2.3.1. Definsi Keputusan Pembelian Konsumen.....	75
2.3.2. Faktor-faktor Keputusan Pembelian Konsumen .....	94

### **BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

3.1. Gambaran Umum Penelitian.....	97
3.1.1. Gambaran Umum Penelitian.....	97
3.1.2. Gambaran Produk Bintang Zero .....	98
3.2. Analisis Keputusan Konsumen Muslim Kota Meulaboh Terhadap Pembelian Produk Bintang Zero .....	101
3.3. Analisis LPPOM MPU Terhadap Produk Bintang Zero.....	107
3.4. Perspektif Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Terhadap Keputusan Pembelian Bintang Zero Tanpa Label Halal.....	113

### **BAB IV : PENUTUP**

4.1. Kesimpulan.....	123
4.2. Saran.....	124

### **DAFTAR PUSTAKA .....**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **RIWAYAT HIDUP PENULIS**

**126**

AR - R A N I R Y

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap manusia tidak lepas dari minuman atau makanan yang dapat dikonsumsi. Setiap orang membutuhkan cairan dalam tubuhnya sehingga minuman begitu penting bagi kesehatan tubuh. Ada dua golongan dari jenis minuman, yaitu minuman beralkohol disebut sebagai minuman yang beralkohol sedangkan kedua minuman non-alkohol yaitu minuman yang tidak mengandung etanol. Di Indonesia sendiri banyaknya macam-macam minuman yang diproduksi tiap perusahaan-perusahaan dan menjualnya secara luas, seperti di supermarket maupun pasar di Indonesia. Dari banyaknya ragam merek minuman yang diproduksi bertujuan untuk menarik perhatian orang-orang dalam pembelian minuman dan sebagai meningkatkan pasar.

Di Indonesia adanya perlindungan dari lembaga yang bertanggung jawab untuk melakukan pemeriksaan barang produk yang dibeli oleh konsumen muslim di Indonesia yang dikenal BPOM. Peran Badan POM dalam pengawasan produk berlabel halal bekerjasama dengan Kementerian Agama dan Majelis Ulama Indonesia yang dikenal dengan singkatan MUI, dalam hal ini bertanggung jawab memastikan pemenuhan aspek *thoyyib* (bagus) melalui kegiatan evaluasi terhadap keamanan, manfaat, serta mutu produk sebelum beredar (*premarket evaluation*) dan pengawasan selama produk di peredaran (*postmarket vigilance*).<sup>1</sup>

Kerjasama antara MUI dan BPOM dalam menjamin suatu produk yang menyatakan halal, diwujudkan dengan penyerahan hak dan kewenangan pemberian atau penolakan sertifikasi halal sepenuhnya kepada Komisi Fatwa MUI. Berdasarkan dalam Fatwa MUI, BPOM akan memberikan persetujuan pencantuman label halal bagi yang tidak mengantongi sertifikat halal. Pada kerjasama ini

---

<sup>1</sup> <https://www.pom.go.id/>, diakses pada tanggal 01 Oktober 2023

bahwa jelas memberikan kepastian bagi konsumen khayalak muslim dalam mengkosumsi produk makanan serta minuman.<sup>2</sup>

Lembaga tersebut memiliki peran yang cukup signifikan dalam mengawasi produk yang beredar di khayalak masyarakat. Hal ini menandai adanya pemberian sertifikasi label halal sebagai bentuk produk tersebut layak dipasarkan dan dikosumsi oleh masyarakat. Artinya produk merek tersebut baik secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa serta telah terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam, ataupun produk tersebut telah menjadi kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat dikosumsi secara aman oleh konsumen muslim.

Hal tersebut agar Islam memiliki tujuan dalam memelihara keselamatan agama, jiwa, akal, keturunan serta harta. Untuk itu segala sesuatu yang memberi manfaat bagi tercapainya tujuan tersebut diperintahkan, dianjurkan atau diizinkan untuk dilakukan, sedang yang merugikan bagi tercapainya tujuan tersebut dilarang atau dianjurkan untuk di jauhi.<sup>3</sup> Masyarakat yang sejalan dengan ajaran agama Islam, menghendaki agar produk-produk yang akan dikosumsi tersebut dijamin akan kehalalan serta kesuciannya. Sebab, menurut ajaran agama Islam mengkosumsi yang halal, suci serta baik merupakan perintah agama dan hukumnya itu wajib.<sup>4</sup>

Selama inisiatif dari pemerintah terhadap pelaku usaha agar bertujuan melindungi konsumen muslim dari produk non-halal serta meningkatkan pengetahuan hak informasi bagi konsumen sehingga mereka memahami situasi mengenai produk kehalalan sudah berjalan dengan baik yang dilakukan dengan sertifikasi Halal dari

---

<sup>2</sup> Mohammad Alfa Hasyim dkk, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Word of Mouth dan Keputusan Pembelian*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 43, No. , 2017, hlm. 150

<sup>3</sup> MUI, *Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia*, (Indonesia: Depag RI, 2003), hlm. 683

<sup>4</sup> Devfa Patriolayasa dkk, “*Pengaruh Labeliasasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*,” Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) 8, No. 1 (2019) hlm. 9.

MUI yang terdapat label halal pada tiap produk.<sup>5</sup> Maka, Pencantuman logo halal yang sudah diatur dalam Keputusan Bersama Menteri Kesehatan Dan Menteri Agama No. 427/MENKES/SKB/VIII/1985 bahwasanya bagi yang lolos tahapan uji kehalalan produk pasti mendapatkan sertifikat halal serta berhak memakai label halal pada tiap kemasan produk.

Selanjutnya, dilihat segi label merupakan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli suatu produk tertentu. Sehingga sebuah label pada produk tersebut akan membentuk suatu keputusan pembelian baik produk maupun jasa. Jika suatu produk terlihat memiliki reputasi yang buruk bagi pembeli, akan mengakibatkan bagi konsumen tidak tertarik untuk membeli serta memanfaatkan terhadap produk yang ingin dibeli.<sup>6</sup>

Maka, untuk memenuhi kebutuhan seharusnya seorang konsumen berusaha untuk mencari informasi tentang bagaimana mengambil keputusan pembelian yang tepat. Bahkan dari Kotler menyatakan ada beberapa faktor untuk mengambil keputusan dalam membeli yaitu keputusan tentang jenis produk, bentuk produk, merek, penjualnya, jumlah produk, waktu pembelian serta keputusan tentang cara pembayaran. Informasi tentang produk dapat diperoleh melalui beberapa sumber, antara lain sumber personal (keluarga, teman, tetangga, kenalan), dari sumber komersial (iklan, tenaga penjual, dealer, kemasan, *display*), dari sumber publik (media massa, rating konsumen) serta sumber percobaan (meneliti, menggunakan produk).<sup>7</sup>

Terdapat salah satu perusahaan minuman yaitu PT. Multi Bintang Indonesia perusahaan yang dikenal dengan produksi minuman beralkohol jenis bir dan merek yang dikenal Bir Bintang,

---

<sup>5</sup> Farid Wajdi dan Diana Susanti, *Kebijakan Hukum Produk Halal di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2021), hlm. 11

<sup>6</sup> Prima Cony Permadi dkk, *Pengaruh Citra Merek Word Of Mouth dan Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Dapoer Mie Galau Jalan Selorejo 83 Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 10, No. 1, Mei 2014, hlm. 2

<sup>7</sup> Ian Alfian, *Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Kota Medan*, Tesis Program Studi Ekonomi Islam Pascasarjana UIN Sumatra Utara Medan 2017, hlm. 1

mereka mengaplikasikan ide dalam meluncurkan produk minuman non-alkohol yang dinamai Bintang Zero pada tahun 2004. Minuman ini ditempatkan oleh perusahaan sebagai minuman dari bahan *malt* (semacam gandum) yaitu tidak difermentasi, agar produk ini berkadar alkohol nol persen (*non-alkohol*). Dalam minuman Bintang Zero ini memiliki gambaran logo bentuk bintang bahkan bentuk huruf pun sama halnya dengan Bir Bintang umumnya.

Strategi minuman Bintang Zero mengenakan nama Bir Bintang yang sudah banyak dikenal oleh khayalak masyarakat, agar brand ini cepat terciptanya serta mampu menarik perhatian pasar sasarnya. Bintang Zero 0% persen alkohol ini merupakan salah satu strategi penawaran pasar agar terjadinya minat dari anak muda serta strategi untuk konsumen muslim agar yang beragama Islam bisa dapat merasakan rasa, baik warna serta aroma dari suatu makna minuman alkohol.

Upaya yang sudah dilakukan oleh PT Multi Bintang Indonesia hingga saat ini untuk meningkatkan kesadaran serta memberikan pemahaman (*knowledge*) mengenai Bintang Zero dengan membubuhi slogan 0% alkohol. Selama dari proses itu penggunaan nama Bintang yang identik dengan Bir Bintang terlihat adanya kontroversi. Bahwasanya, produk dari minuman Bintang Zero ini tidak memiliki sertifikasi maupun label halal sehingga beragam reaksi masyarakat terhadap minuman tersebut.

Produk ini telah mengakibatkan beberapa tanggapan dari berbagai masyarakat umum, media bisnis, para pakar pemasaran, hingga lembaga keagamaan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Di satu sisi dengan hadirnya minuman ini memudahkan konsumen memahami dan mengenali produk Bintang Zero, namun di sisi lain karakter bir Bintang dikenal sebagai minuman beralkohol melekat kuat sehingga adanya keraguan konsumen untuk mengklaim non-alkohol Bintang Zero. Pihak BPOM tidak dapat membatasi semua produk-produk yang masuk dan minimnya sosialisasi serta edukasi dari pemerintah yang berenang tentang pengenalan produk minuman halal. Menjadikan label halal bukan sebuah standar dalam membeli

produk minuman yang faktanya minuman ini merupakan sudah tergolong bir yang artinya sama dengan memabukkan sehingga ini menjadi persoalan.

Selanjutnya, mengenai Bintang Zero ini dapat ditemukan dalam market-market seperti Indomaret, alfamart serta market lainnya. Produk ini juga dijual di Provinsi Aceh yang berpenduduk mayoritas muslim terbanyak dan memiliki Syariat Islam secara formal implementasikan di Nanggroe Aceh Darussalam sejak diundangkannya Undang-Undang Nomor 44 Tahun 1999 Tentang Penyelenggaraan Keistimewaan Provinsi Daerah Istimewa Aceh dan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2001 Tentang Otonomi khusus bagi Provinsi Daerah Istimewah Aceh sebagai Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam.<sup>8</sup>

Khususnya Kota Meulaboh yang merupakan salah satu kota di Aceh yang dijuluki dengan Tauhid Sufi yang mana ini membuktikan bahwa tauhid telah berada di hati masyarakat Meulaboh. Dengan kata lain masyarakat Meulaboh ini kental terhadap Islam nya. Di kota Meulaboh memiliki beberapa Indomaret yang menjual produk-produk minuman yang memiliki izin BPOM. Namun, ternyata masih ada terdapat produk yang tidak memiliki label halal yaitu salah satunya minuman Bintang Zero 0% alkohol. Secara teori masyarakat di Meulaboh peduli dan juga pastinya kritis dalam agama. Namun masih ada beberapa kendala dari Bintang Zero yaitu produk minuman ini tidak ada label halal yang tercantum pada bagian kemasannya. Sehingga, konsumen memberikan reaksi keraguan pada proses pembelian produk Bintang Zero. Walaupun produk tersebut jelas tidak memiliki label halal, namun penduduk Meulaboh khususnya laki-laki masih kurang literasi mengenai produk tanpa adanya label halal setiap ingin dikosonsumsi.

Bahkan dari minuman Bintang Zero ini dapat mengundang konsumen muslim yang tidak tahu adanya bir bisa dikosumsi sehingga dibeli dengan mudahnya tanpa memperhatikan lagi label

---

<sup>8</sup> *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 No. 114, Tambahan Lembaran Negara No. 41, hlm. 34*

maupun logo halal, serta pasti orang yang mengkosumsi ini tidak luput dari pengaruh dari pergaulan serta lingkungan.

Padahal, dari segi Pemerintah Aceh adanya larangan masyarakat mengonsumsi khamar, sebab khamar terdapatnya kandungan etanol yang diolah dan diproses dari bahan hasil pertanian yang mengandung karbohidrat yang umumnya difermentasi serta penyulingan, ataupun fermentasi tanpa destilasi, maupun yang diolah dengan mencampurkan konsentrat dengan etanol atau mengencerkan minuman yang mengandung etanol ( $C_2H_5OH$ ).<sup>9</sup> Larangan tersebut tercantum dalam Qanun Nomor 12 Tahun 2003 Tentang minuman khamar dan sejenisnya. Dari Qanun ini apabila seseorang melanggar seperti meminumnya, menjual serta lainnya maka dikenakan sanksi berupa hukuman cambuk seperti telah di atur dalam Qanun Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Hukum Jinayat.

Maka dari itu, pentingnya memiliki sertifikasi halal maupun label halal merupakan memenuhi hak masyarakat. Hak masyarakat agar dapat memastikan yang dikonsumsi maupun barang yang diinginkanya tidaklah berisi atau memuat bahan maupun perlakuan yang tidak diizinkan seperti haram. Hal tersebut pun sejalan dengan firman Allah SWT pada surat abasa' maknanya "Maka hendaklah manusia itu memperhatikan makanannya".<sup>10</sup>

Bintang Zero ini memiliki daya tarik tersendiri karena produk ini sejenis bir minuman berbasis non-alkohol. Hal tersebut dapat mengakibatkan kalangan anak muda penasaran akan rasa, aroma serta warna dalam minuman tersebut, sehingga tidak berpikir panjang konsumen membeli produk tersebut tanpa melihat lagi label halal serta tidak takut konsekuensi yang akan mempengaruhi konsumen terhadap mengkosumsi produk tersebut.

Konsumen setuju pentingnya labelisasi halal, hanya saja tidak menjadikan standar bahwa mereka memilih produk yang memiliki

---

<sup>9</sup> Mardani, *Penyalahgunaan Narkoba Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Pidana Nasional* (Jakarta: Rajawalipers, 2008).

<sup>10</sup> Farid Wajdi dan Diana Susanti, *Kebijakan Hukum Produk Halal...*, hlm. 9

label halal. Ini disebabkan kurangnya kesadaran halal (*Awareness*) terhadap produk makanan dan minuman. Dan ini dikarenakan Meulaboh merupakan notabnya masyarakat mayoritas muslim yang mana masyarakat yakin pada produk-produk yang beredar di toko-toko dan dijamin akan kehalalannya. Bahwasanya, konsumen muslim kota meulaboh banyak mengkonsumsi minuman tersebut terpengaruh dari lingkungan seperti nongkrong di warung atau berkumpul dengan koleganya dengan mengkonsumsi Bintang Zero, padahal mayoritas masyarakat muslim Kota Meulaboh banyak yang melakukan pengajian bahkan dianggap sebagai kota sufi, akan tetapi masih banyak laki-laki muslim Kota Meulaboh tidak memperdulikan haram maupun halal.

Kurangnya kesadaran konsumen Kota Meulaboh terhadap minuman Bintang Zero yang tidak tercantum pelabelan atau logo halal, persoalan ini masih perlu diperhatikan. Selain dari kendala tanpa adanya label halal, penulis juga melakukan beberapa survey di Kota Meulaboh sebagian orang meminum Bintang Zero ini memiliki efek samping seperti panas dalam tubuh daerah perut dan dada dan lebih parah lagi ada yang merasakan efek mual-mual apabila orang tersebut banyak mengkonsumsi minuman ini. Hal tersebut perlu dilihat lagi apakah ini dikaitkan seperti efek memabukan walaupun merek ini mengatakan alkoholnya 0%. Walaupun sebagian penduduk laki-laki di Kota Meulaboh mengenali serta mengkonsumsi minuman ini, tetapi sebagian konsumen tetap saja tidak memperhatikan label halal pada kemasan dan tidak memperdulikan kesehatan maupun efek bagi tubuhnya. Bahkan dalam keagamaan telah mengatakan bahwa kita seharusnya mengkonsumsi yang sehat serta halal agar terhindarnya kerugian yang akan datang. Pemerintah seperti MPU maupun petugas syariat di Kota Meulaboh pun masih belum tampak terlaksananya tugas maupun kewajiban mereka dalam larangan menjual serta membeli produk non label halal.

Bukan hanya disebabkan pada letak kehalalannya saja, konsumen Meulaboh bisa saja dianggap sebagai konsumen yang

menggemari minum minuman yang berakohol atau dianggap sebagai peminum keras apabila ini terbukti adanya kandungan alkohol. Berdasarkan beberapa persoalan Bintang Zero tersebut yang belum memiliki label halal bahkan sampai saat ini masih ada konsumen muslim di Kota Meulaboh yang mengkosumsi produk minuman tersebut. Sehingga penulis berminat untuk melanjutkan kajian serta memperhatikan penelitian mengenai “**Analisis Label Halal Produk Minuman Bintang Zero Terhadap Konsumen Muslim (Studi di Kota Meulaboh)**”.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari penjelasan di atas dapat dijabarkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Produk minuman Bintang Zero belum memiliki sertifikasi halal/label halal, sehingga para konsumen bingung terhadap produk tersebut apakah layak dikosumsi atau tidak;
2. Masih ada yang menjual produk tersebut walaupun MUI masih belum bisa memberikan sertifikasi halal pada produk tersebut;
3. Para konsumen juga masih banyak yang membeli minuman tersebut tanpa melihat ada atau tidaknya label/sertifikasi halal.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Dari penjelasan di atas dapat dijabarkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis keputusan konsumen muslim terhadap pembelian produk Bintang Zero.
2. Bagaimana perspektif MPU Kota Meulaboh dan LPPOM MPU terhadap Produk Bintang Zero.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui analisis keputusan konsumen muslim terhadap pembelian produk Bintang Zero.
2. Untuk mengetahui perspektif LPPOM MPU terhadap Produk Bintang Zero yang belum memiliki labelisasi halal.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1. Secara Teoritis

Diharapkan mampu memberikan pengetahuan serta wawasan kepada masyarakat tentang pemahaman mengenai minuman tanpa adanya label halal pada produk minuman bir Bintang Zero di Kota Meulaboh, sehingga masyarakat di Kab. Aceh Barat diharapkan memahami pentingnya label halal terhadap Minuman tersebut.

### 2. Secara Praktis

Diharapkan agar masyarakat Kota Meulaboh Kab. Aceh Barat dapat melihat dalam konsepsi Islam mengenai pemahaman pelabelan halal serta konsepsi melalui Undang-undang. Penelitian ini juga melihat segi labelisasi halal serta segi mereknya terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk, bagaimana masyarakat Kota Meulaboh dapat memahami pentingnya suatu label halal yang ada pada produk baik itu minuman maupun makanan.

## 1.6 Kajian Pustaka

Kajian kepustakaan pada dasarnya dilakukan untuk mendapatkan gambaran tentang hubungan topik yang dibahas atau diteliti dengan penelitian sejenis, sehingga tidak ada pengulangan penelitian secara mutlak. Sejauh penelusuran dalam hal penyusunan tesis ini, penulis mendapatkan beberapa karya ilmiah yang relevan dengan kajian label halal pada produk Bintang Zero, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Ian Alfian dalam judulnya "*Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Kota Medan*, 2017. Dalam penelitian ini menjelaskan bagaimana pengaruh label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di Kota Medan. Dimana banyaknya mall-mall di Medan yang tidak terdapat label halal pada produknya. Seperti terjadi pada makanan import dari luar negeri yang tidak terdapat label halal akan tetapi banyak

konsumen muslim yang mengantri untuk mendapatkan roti tersebut. Dalam tesis ini menjelaskan bagaimana pengaruh label halal, citra merek dan harga pada produk. Hasil analisis regresi pengaruh langsung variabel halal, citra merek, dan harga sekitar 65,1 % mempengaruhi keputusan konsumen muslim di Kota Medan. Faktor-faktor lain sebesar 34,9%.

2. Muhammad Alfa Hasyim dalam judulnya “*Pengaruh Citra Merek Terhadap Word Of Mouth dan Keputusan Pembelian,*” dari jurnal ini dapat dijelaskan bahwa Citra Merek dengan *word of mouth* memiliki keterkaitan terhadap keputusan pembelian. Penelitian melalui *Word Of Mouth* memperkuat hubungan Citra Merek terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan, tetapi Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung melalui *Word Of Mouth*. Besarnya pengaruh terhadap Citra Merek secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui *Word Of Mouth* memiliki nilai *total effect* sebesar 0,497. Artinya ketika Citra Merek dari produk perusahaan semakin positif dan kuat maka akan membuat seseorang lebih percaya diri dalam menentukan keputusan pembelian terhadap produk tersebut. Berdasarkan penelitian ini dibuktikan bahwa variabel *Word Of Mouth* mampu memperkuat hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.
3. Yulia Dinda Pertiwi “*Produk Bir Non Alkohol Tanpa Label Halal dalam Perspektif MUI Provinsi Lampung, 2018*”. Dalam skripsi ini menjelaskan dari MUI Provinsi Lampung mengatakan bahwa produk bir non alkohol yang belum bersertifikat halal itu haram hukumnya, karena proses pembuatan bir *non-alcohol* hampir sama dengan pembuatan bir biasa hanya saja diakhir proses alkohol tersebut dihilangkan. Artinya ini berdampak negatif dari segi pendapat MUI tersebut. Dikarenakan belum ada produk bir yang sudah mendapatkan label halal dari Majelis ulama indonesia karena MUI menyatakan bahwasannya sertifikat halal tidak akan dikeluarkan bagi produk makanan-minuman yang memiliki nama

dan berkontaminasi pada sesuatu yang haram, walaupun kenyataannya bahan yang digunakan produk tersebut seluruhnya halal. Sertifikat halal hanya dikeluarkan Apabila nama produknya telah diganti. Disamping itu lebih banyak mudharatnya Seperti: radang usus, penyakit liver, dan kerusakan otak. Efek jangka pendeknya Seperti mengantuk, pusing, ketidakmampuan untuk berfikir jernih. Dalam segi Sosial kebiasaan meminum-minuman ini banyak menimbulkan masalah Diantaranya dapat memutuskan orang untuk mengerjakan sholat, menimbulkan Permusuhan. Sehingga disimpulkan bahwa penelitian ini berpandang dengan negatif.

4. Inke Nur Dewanti yang judulnya “*Disonansi Kognitif dalam Perilaku Konsumen Masyarakat Indonesia Terhadap Pembelian Produk Tanpa Logo Halal*, 2021. Dalam artikel ini menjelaskan dengan memahami disonansi yang ada pada konsumen, penjual akan dapat memahami bagaimana pemasaran suatu produk dengan baik sehingga dapat mereduksi disonansi yang ada pada konsumen. Penelian ini adanya nilai dan budaya tertentu yang dianut oleh individu dapat mengubah sikap perilaku konsumen. Nilai dan budaya yang dianut dapat menimbulkan disonansi dalam membeli suatu produk. individu biasanya akan membeli barang sesuai dengan nilai dan budaya yang mereka percaya. Banyak upaya dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran produk masyarakat Indonesia terhadap label halal dan non halal. Perspektif masyarakat terhadap sertifikasi juga sangat berpengaruh terhadap respon masyarakat umum dalam mencerna keamanan konsumsi berlabel tertentu, seperti sikap, keyakinan, media massa, hingga orang sekitar.
5. Novita Dewi Yanti “*Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Dan Digital Selling Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal*, 2021”. Penelitian ini menjelaskan menganalisis pengaruh merek, labelisasi halal, kualitas produk, *brand ambassador*, *digital selling* terhadap minat beli konsumen mahasiswi muslim Universitas Diponegoro dan juga untuk membuktikan apakah

kosmetik halal menjadi perhatian dan pertimbangan konsumen didalam lingkup penduduk Indonesia yang mayoritas muslim. Sehingga penelitian ini menghasilkan bahwa variabel merek, *brand ambassador*, *digital selling* memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat beli. Namun kualitas produk dan labelisasi halal tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen kosmetik. Secara simultan, seluruh variabel independen memiliki pengaruh terhadap minat beli.

6. Windi Novita, “*Pengaruh Religiusitas, Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kemasan Pada Masyarakat Muslim Kabupaten Merangin*, 2021. Dalam penelitian mencari pengaruh dari Religiusitas, Labelisasi Halal, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kemasan pada masyarakat muslim yang terletak di Kabupaten Merangin. Kemudian penelitian ini menggunakan alat analisis uji t, uji f, dan regresi linear berganda, dengan memberikan kuesioner kepada 100 responden. Sehingga menunjukkan hasil bahwa secara parsial variabel religiusitas, labelisasi halal dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, variabel religiusitas, labelisasi halal dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk minuman kemasan. Selain itu diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,593 atau 59,3% yang artinya religiusitas, labelisasi halal dan harga mempengaruhi keputusan pembelian produk minuman kemasan sebesar 59,3%.

#### **1.4 Kerangka Teori**

Kerangka teori merupakan mengidentifikasi yang penting dari teori-teori yang dijadikan sebagai landasan berikir agar melaksanakan suatu penelitian atau dengan kata lain untuk mendiskripsikan kerangka referensi atau teori yang digunakan untuk menjadi acuan serta mengkaji objek permasalahan di lapangan. Maka secara sederhana kerangka teori dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Labelisasi Halal merupakan pencantuman tulisan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Jadi adanya dengan label halal maka akan memudahkan umat muslim mengkonsumsi produk hanya dengan melihat label atau logo.
2. Konsumen merupakan seorang mengkonsumsi serta pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, bagi kepentingan diri sendiri atau keluarganya atau orang lain yang tidak untuk diperdagangkan kembali.
3. Keputusan Pembelian merupakan suatu proses pengambilan objek terhadap keputusan akan pembelian yang akan menentukan dibeli atau tidaknya pembelian tersebut yang diawali dengan kesadaran atas pemenuhan atau keinginan.
4. Non-alkohol merupakan kebalikan dari alkohol yaitu minuman yang tidak mengandung cairan alkohol yang mana memabukkan. Sebab alkohol merupakan cairan tidak bernyawa yang mudah menguap, mudah terbakar, di pakai di industri dan pengobatan, merupakan unsur ramuan, yang memabukkan dalam kebanyakan minuman keras.<sup>11</sup>
5. Majelis Ulama Indonesia (MUI) merupakan lembaga yang mewadahi para ulama, zu'ama, dan cendekiawan Islam di Indonesia untuk membimbing, membina, dan mengayomi kaum muslimin di seluruh Indonesia.<sup>12</sup>

### 1.5 Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian sangat penting dalam penulisan ilmiah agar dapat membantu peneliti mengatur serta mengarahkan peneliti tersusun secara sistematis. Tesis ini mengaplikasikan metode kualitatif dengan menentukan analisis deskriptif, sehingga langkah-langkah

---

<sup>11</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa...*, hlm. 32

<sup>12</sup> [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Majelis\\_Ulama\\_Indonesia](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Majelis_Ulama_Indonesia), diakses pada tanggal 15 Oktober 2023

yang akan penulis lakukan agar tercapai tujuan dalam penulisan yang akan dilewati.<sup>13</sup>

Dalam penelitian yang menggunakan metode penelitian deskriptif biasanya pengumpulan data dilakukan langsung oleh peneliti dengan pertimbangan: a. peneliti merupakan alat yang peka dan dapat bereaksi terhadap segala stimulasi dari lingkungan yang diperkirakan bermakna bagi peneliti, b. peneliti sebagai alat yang dapat langsung menyesuaikan diri terhadap segala aspek yang diteliti sehingga dapat memahami situasi dalam berbagai tingkah laku. Demikian pula, peneliti sebagai informan dapat segera menganalisis data yang diperoleh.<sup>14</sup>

Pendekatan yang dilakukan deskriptif analisis yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan, serta menginterpretasikan data serta informasi yang berlandaskan fakta-fakta yang diperoleh di lapangan.<sup>15</sup> Mengenai implementasi label halal pada produk Bintang Zero 0% alkohol yang ada di Indomaret Kota Meulaboh Kab. Aceh Barat dalam meningkatkan minat konsumen dalam membeli produk halal. Adapun jenis penelitian dalam karya tulis ini merupakan penelitian lapangan (*field research*).

#### a. Sumber data

Penulisan tesis ini menggunakan dua sumber, yaitu:

1. Data primer adalah data yang didapatkan dari tempat penelitian yang berhubungan dengan objek yang diteliti baik berupa data wawancara, observasi maupun dokumentasi. Hal ini dilakukan agar mendapat informasi dengan lengkap dan sesuai. Data pertama yang dibutuhkan oleh peneliti adalah konsumen muslim yaitu yang membeli produk Bintang Zero yang tidak dicantumkan label halal yang dijual dalam market seperti Indomaret di Kota Meulaboh, serta pengetahuan dari pembeli terhadap pelabelan yang pada produk.

---

<sup>13</sup> Morrison, *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm.

<sup>14</sup> Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), hlm. 88

<sup>15</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 5

2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur seperti buku, buku, jurnal, majalah, koran maupun informasi lainnya yang relevan atau berhubungan dengan penelitian.

b. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan bertujuan untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitian. Data merupakan salah satu komponen riset, artinya tanpa data maka tidak akan ada riset. Data yang dipakai dalam riset haruslah benar, sebab data yang salah akan menghasilkan informasi yang salah.<sup>16</sup> Oleh karena itu untuk mendapatkan data yang akurat dan membahas permasalahan yang ada dalam penelitian, maka penulis mengumpulkan data dengan cara:

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses tanya jawab melalui pewawancara dengan yang diwawancarai agar mendapatkan petunjuk serta pendapat mengenai hal yang berkaitan dengan masalah inti dari penelitian. Adapun jenis interview yang digunakan yaitu wawancara terstruktur, yang berarti wawancara dirancang terdahulu dengan adanya pedoman daftar pertanyaan.<sup>17</sup> Dalam berkaitan ini maka peneliti akan melakukan interview/wawancara pada konsumen muslim di Kota Meulaboh yang membeli dan mengkosumsi produk Bintang Zero, pihak pejual serta pihak LPPOM MPU Aceh.

2. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan dokumen-dokumen yang berhubungan mengenai produk halal serta perilaku konsumen. Dalam penulisan ini dikemukakan beberapa data baik jurnal, skripsi, thesis maupun data lainnya yang berkaitan dan tersimpan dalam bentuk dokumentasi seperti surat-surat, survey dan sebagainya.

c. Teknik Analisis Data

---

<sup>16</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 49

<sup>17</sup> Suyinto, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Tulungagung: Akademi Pustaka, 2018), hlm. 97

Setelah semua data yang dibutuhkan terkumpul, baik yang diperoleh dari wawancara dengan pihak-pihak terkait, maupun kajian pustaka, maka untuk mendapatkan deskripsi yang benar tentang sistem terhadap produk label halal minuman Bintang Zero terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap minuman, maka digunakan metode analisis deskriptif dengan memberi gambaran secara sistematis, aktual dan akurat. Adapaun analisis dilakukan dengan melalui beberapa tahap, yakni penyusunan teori dan kriteria tertentu yang diambil dari sumber sekunder yang kemudian disebut dengan kategori pertama. Kemudian tahap selanjutnya dilakukan perbandingan secara induktif kategori kedua yang merupakan sumber dari primer terhadap kategori pertama dalam rangka mengidentifikasi terpenuhinya tiap kriteria dan tolak ukur tertentu.

Pedoman yang digunakan dalam penulisan dalam penulisan karya ilmiah ini mengacu pada buku *Panduan Penulisan Tesis*, yang diterbitkan oleh pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh Tahun 2018. Melalui pedoman tersebut, penulis berupa untuk menyusun karya ilmiah yang sistematis dan mudah dipahami.

