BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Peran

1. Pengertian Peran

   Kozier berpendapat bahwa peran seseorang itu seperti skrip yang harus diikuti. Orang lain mengharapkan kita berperilaku sesuai dengan peran yang kita miliki. Peran adalah seperangkat perilaku yang diharapkan dari seseorang sesuai dengan kedudukannya dalam masyarakat. Peran ini dipengaruhi oleh berbagai faktor dan memberikan gambaran tentang siapa kita. Peran menjadi bermakna ketika kita berinteraksi dengan orang lain dalam berbagai konteks sosial.[1]

2. Komponen Peran

   Sutarto menjelaskan bahwa peran mempunyai tiga komponen utama yaitu:

   a. Peran tentang bagaimana seseorang harus melaksanakan tindakan sesuai dengan kondisi berdasrakan perannya.
   b. Harapan peran, yang merupakan presepsi orang lain tentang bagaiamana sesorang berperilaku dalam kedudukan tertentu
   c. Pelaksanaan peran, merupakan perilaku sebenernya dari seseorang yang menduduki posisi.[2]

[1] Megi Tindangen, Daisy S.M. Engka, and Patric C. Wauran, "Peran Perempuan Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Perempuan Pekerja Sawah Di Desa Lemoh Barat Kecamatan Tombariri Timur Kabupaten Minahasa)," *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 20, no. 03 (2020): 79–87, https://doi.org/10.1201/9781315368153-8.
[2] Sutarto, *Dasar-Dasar Organisasi* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2016).

Uraian atau penjelasan tersebut bahwasannya konsep peran dan peranan sangat penting dan berkaitan langsung dengan dinamika sosial. Peran mengacu pada perilaku sesorang yang diyakini sesuai atau apa yang diharapkan berdasar pada tingkat sosialnya dimasyarakat.

B. Jaminan Produk Halal

Jaminan produk halal yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal ialah memeperkuat dan mengatur berbagai regulasi halal. Disisi lain Undang-Undang jaminan halal ini sebagai payung hukum bagi pengatur produk halal. Tujuan yang paling penting pemerintah untuk mengesahkan Undang-Undang Nomor "33 Tahun 2014" ini adalah memberi keyakinan hukum produk.

Keamanan produk halal ini memiliki banyak manfaat bagi produsen dan konsumen terutama memberikan perlindungan konsumen muslim dari mengkonsumsi barang yang tidak halal. Produsen juga bertanggung jawab. Mengingat bahwa produk halal merupakan prinsip dasar bagi masyarakat muslim penting bagi konsumen untuk memperhatikannya. Secara konstitusi, Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 ini adalah kewajiban yang harus dipatuhi serta dilaksanakana dengan seksama demi menghasilkan tujuan untuk menjamin mutu dan produk yang halal di berbagai kalangan dan menajamin perlindugan hukum itu sendiri.[3] Sistem Jaminan Produk Halal Memiliki lima kriteria yaitu:

1. Komitmen
    a. Kebijakan Halal

[3] Suwardi and Muhammad Erfan Muktasim Billah, "Undang-Undang Jaminan Produk Halal Sebagai Bentuk Internalisasi Nilai Syari'Ah Dalam Hukum Nasional," *Jeblr* 1, no. 2 (2021): 72–81.

Semua orang yang terlibat dalam proses pembuatan harus menjamin bahwa mereka melindumgi intregitas halal ditempat usaha atau produksi pelaku usaha harus wajib menyimpan atau memelihara bukti dalam bentuk foto atau catatan yang disimpan untuk kepentingan dokumentasi.

b. Tanggung Jawab

Pelaku usaha bertanggung jawab dalam meningkatkan kepada karyawan untuk selalu mematuhi syarat syarat proses produk halal.

2. Bahan

Pelaku usaha berkomitmen juga memastikan menggunakan bahan yang sesuai dengan syarat-syarat yang diperintahkan seperti bahan yang sudah pasti halalnya, menghindari penggunaan bahan yang berbahaya, dan menghindari bahan yang memuat formalin dan obat-obatan terlarang. Untuk bahan yang dihasilkan dari daging atau hasil sembelih harus sesuai syariat Islam. Jika ada perubahan dalam bahan setelah sertifikat halal terbit, pengusaha wajib melaporkan kepada lembaga yang menaungi.

3. Proses Produk Halal

Menjaga lokasi usaha agar tetap higienis dan tidak terkontaminasi. Menjaga semua fasilitas produksi dan peralatan, menjaga ruang produksi agar terhindar dari bahan yang diharamkan atau najis menyimpan dan memelihara bukti.

4. Produk

Produk yang dihasilkan merupakan produk yang sudah memenuhi syarat dalam proses produksinya dan mendapatkan sertifikat halal dari

BPJPH. Menghasilkan produk yang sehat, aman dikonsumsi, proses pengemasannya menggunakan alat dan bahan yang bebas dari najis, memcantumkan label halal, dan mendaftarkan setiap produknya yang disertai sertifikat halal.

5. Pemantau dan Evaluasi

Tujuan pemantauan dan evaluasi SPJH adalah untuk memastikan kepatuhan dalam meningkatkan prosedur yang telah ditentukan. Oleh karena itu, diperlukan audit internal yang dilaksanakan secara berkala dan dilaporkan hasilnya kepada BPJPH.[4]

C. Sertifikasi Halal

1. Pengertian Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan syarat wajib bagi semua produk. Proses sertifikasi ini memastikan bahwa produk tersebut aman, berkualitas,yang sesuai dengan aturan agama. Produk yang sudah bersertifikat halal telah melalui pemeriksaan yang ketat menggunakan metode ilmiah. standart yang telah ditentukan dari perihal kebersihan dan kualitas yang ditetapkan oleh sertikasi halal seperti halnya yang dikatakan oleh LPPOM MUI yang melibatkan proses yang begitu ketat serta tahapan tahapan yang harus diperhatikan seperti bahan baku, proses produksinya dan sistem jaminan halalnya.[5]

---

[4] Carissa Layyina Zahra, "Pengaruh Literasi Halal, Kepatuhan Jaminan Produk Halal, Dan Motivasi Finansial Terhadap Keputusan Sertifikasi Halal Di Rumah Makan Gudeg Sagan Yogyakarta" (Universitas Islam Indonesia, 2023).

[5] Hayyun Durrotul Faridah, "Halal Certification in Indonesia; History, Development, and Implementation," *Journal of Halal Product and Research* 2, no. 2 (2019): 68, https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78.

Sertifikasi halal memberikan keamanan bagi konsumen atau pembeli muslim untuk memilih barang yang sesuai dengan agama mereka dan keamanannya kebersihannya juga didalam proses pengolahannya. [6]

2. Alur Pembuatan Sertifikasi Halal

Gambar 2. 1 Alur Pembuatan Sertifikasi Halal

Sesuai dengan ketentuan Pasal 29 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, persyaratan dasar untuk memperoleh sertifikat halal adalah pengajuan permohonan secara tertulis kepada BPJPH. Permohonan tersebut harus dilengkapi dengan dokumen yang memuat identitas produk, daftar bahan baku, dan proses produksi yang dilakukan.

Alur Mekanisme Sertifikasi Halal tidak jauh berbeda dengan yang dikeluarkan MUI yakni ada lima tahapan

a. Mendaftarkan Produknya dan berkas Persyaratanya

b. Memeriksa Dokumentasi syarat yang telah dilampirkan

[6]Alfath Adi Saputra and Jaharuddin, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelan Produk Zoya," *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 16, no. 4 (2022): 1521–35.

c. Melampirkan audit dan verifikasi produk yang telah didaftarkan

d. Menyerahkan Hasil pemeriksaan sebagai kelengkapan pemohon sertifiksi halal

e. Menerbitkan Sertifikat halal yang telat selesai audit[7]

3. Masa Berlaku Sertifikasi Halal

Produk yang telah memenuhi proses sertifikasi halal yang diselenggarakan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal sesui dengan peraturan perundang undangan yang berlaku, "Undang Undang Nomor 33 Tahun 2014" tentang Jaminan Produk Halal Yang diterbitkat bahwa sertifikat halal hanya berlaku empat tahun sejak diterbitkan BPJPH. [8]

4. Regulasi Undang-Undang Sertifikasi Halal

Tujuan pemerintah Indonesia dalam menerbitkan undang-undang jaminan produk halal adalah untuk memberikan kepastian hukum bagi konsumen muslim dan mendorong pertumbuhan industri halal:

a. "UU Nomor 33 Tahun 2014" tentang jaminan produk halal sebagai kepastian hukum dalam melindungi masyarakat muslim. UU jaminan produk halal sebagai pembangunan hukum nasional di bidang produk halal. Jaminan produk halal menjadi implementasi pasal 28 dan pasal 29 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Substansi kedua pasal ini ialah adanya kewajiban negara untuk

[7] Hayyun Durrotul Faridah, "Halal Certification in Indonesia; History, Development, and Implementation," *Journal of Halal Product and Research* 2, no. 2 (2019): 68, https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.75.

[8] Diyah Maratus Syafiah and Lailatul Qodariyah, "Analisis Implementasi Jaminan Produk Halal Melalui Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan Olahan Salak," *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* 5, no. 2 (2022): 233–45.

melindungi hak warga negara dalam menjalankan keyakinan dan ajaran islam.[9] Adapun regulasi menurut "UU Nomor 33 tahun 2014" yaitu:

1. Memberikan kepastian hukum dan ketersediaan produk halal serta memberi kesempatan kosumen dapat memilih produk sesuai dengan keyakinan mereka.
2. Memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak dalam perdangan produk halal dengan memberikan peluang bagi pengusaha untuk berkembang.
3. Memberikan rasa kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian bahwa produk tersebut halal dikonsumsi dan digunakan oleh masyarakat.
4. Mempengaruhi kerja sama internasional dengan tujuan untuk memperluas disektor bisnis[10].

b. Peraturan Pemerintah "Nomor 31 Tahun 2019 tentang peraturan pelaksana undang-undang jaminan produk halal." Meskipun sudah terbit sejak tahun 2014, namun dalam penyelanggaraan jaminan produk halal baru berjalalan setelah adanya peraturan ini. Hal ini dikarenakan masih banyak penyesuaian pendirian dan pengaturan baru dari lembaga BPJPH untuk menyusun mekanisme pelaksanaan jaminan produk di masyarakat termasuk menjalin kerjasama antara kementerian lembaga dan pembentuk LPH di berbagai daerah.[11]

---

[9]Farid Wajdi dan Diana susanti, *Kebijakan Hukum Produk Halal Di Indonesia* (Jakarta, 2021).103.
[10] Faizal, "Peran Sertifikasi Halal Dalam meningkatkan Peningkatan Penjualan Pada Fanybella Resto Di Kota Pekanbaru."
[11] Presiden Republik Indonesia, "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Tentang Jaminan Produk Halal (PP Nomor 31 Tahun 2019)," *Sekretariat Kabinet Republik Indonesia*, 2019, 60.

Pemerintah berkomitmen untuk memastikan bahwa produk halal berkualitas tinggi tersedia bagi masyarakat dan mendorong perusahaan untuk mengembangkan dan berkontribusi untuk menyediakan kebutuhan masyarakat dan guna menyediakan permintaan pasar yang meningkat terkait dengan produk halal

5. Urgensi Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal memiliki urgensi yang signifikan dalam berbagai aspek termasuk kepatuhan syariat, kepercayaan konsumen, dan berperan penting dalam industri makanan halal serta keamanan dan kualitas produk. Adapun urgensi dari sertifikasi halal yaitu:

a. Mencegah pelanggan muslim resiko mengkonsumsi barang barang yang bertentangn dengan prinsip agama mereka memberi mereka rasa aman dan memastikan bahwa barang mereka sudah berlabel halal atau bersertifikasi halal dan terjamin.
b. Memberikan dukungan kepada pengusaha sertifikat halal dapat membantu produsen memperluas pangsa pasar mempengaruhi kepercayaan pelanggan untuk memenuhi permintaan pasar.
c. Memberikan pangsa pasar yang lebih luas baik nasional maupun internasional yang memungkinkan perusahaan untuk memasuki pasar yang sebelumnya tidak dapat diakses tanpa sertifikasi. [12]

[12] Oktaviani Nicky, "Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Impor (Pada Masyarakat Muslim Kota Metro)," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019): 1689–99.

6. Faktor Penghambat Sertifikasi Halal

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi yaitu:

a. Belum berlakunya efektifnya undang undang tentang jaminan produk halal.
b. Minimnya informasi atau pengetahuan tentang sertifikasi halal
c. Minimnya pemahaman hukum di kalangan konsumen dan produsen pangan tentang pentingnya sertifikasi halal.[13]

D. Kesadaran Halal

1. Pengertian Kesadaran Halal

Kesadaran halal adalah ketika seorang muslim menyadari keislamannya dan memahami proses pembuatan makanan yang halal untuk dikonsumsi. Selain itu, ketika memiliki ketertarikan dalam meningkatkan suatu produk, yang disebut kesadaran halal berarti pengetahuan tentang apa yang boleh dikonsumsi serta yang tidak boleh dikonsumsi sesuai ajaran agama islam.[14]

2. Indikator Kesadaran Halal

a. Komposisi Bahan Baku

Konsumen harus teliti membaca label produk. Bahan baku halal merupakan faktor utama dalam memilih produk bagi konsumen Muslim.

---

[13] Nadiya Eva Diyah, Anggun Riyanti, and Moh Karim, "Implementasi Sertifikasi Halal Pada Kuliner Umkm Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan," *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 1, no. 12 (2022): 2863–74, https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i12.461.

[14] Tri Wahyuni, Miti Yarmunida, and Debby Arisandi, "Kesadaran Halal Masyarakat Terhadap Produk UMKM Makanan Di Kota Bengkulu," *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 22, no. 3 (2022): 1376, https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2473..

b. Kewajiban Agama

Kehalalan produk merupakan kewajiban bagi umat Muslim. Memilih produk halal adalah bentuk komitmen dalam meningkatkan ajaran agama.

c. Proses Produksi:

Konsumen perlu mengetahui bagaimana proses produksi suatu produk. Informasi ini dapat diperoleh melalui berbagai media, seperti televisi atau internet.

d. Kebersihan Produk

Kebersihan produk dapat dinilai dari kemasan dan penyajiannya. Kemasan yang bersih dan higienis menjadi indikasi kualitas produk.[15]

E. Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan beli konsumen merujuk pada proses di mana konsumen memilih di antara berbagai merek yang tersedia, sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli barang atau jasa yang paling mereka sukai. Proses ini dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan yang ada. [16] Keputusan beli ulang adalah ketika seseorang yang sudah pernah membeli suatu produk membeli produk yang sama lagi di lain waktu.[17]

---

[15] Arif Afendi, "The Effect of Halal Certification, Halal Awareness and Product Knowledge on Purchase Decisions for Halal Fashion Products," *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 2, no. 2 (2020): 145–54, https://doi.org/10.21580/jdmhi.2020.2.2.6160.

[16] Pahmi, *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruh Keputusan Beli Masyarakat* (Nas Media Pustaka, 2024), https://books.google.co.id/books?id=H9T9EAAAQBAJ.

[17] Muchsin Zuhad Al'asqolaini and Ahmad Junaidi Musthofa, "Kualitas Produk Dan Harga Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rebana NS Di Kabupaten Gresik," *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, no. 2 (2020): 240.

Menurut Fandi Tjiptono, keputusan pembelian merupakan sebuah proses yang terdiri dari beberapa tahap. Pertama, konsumen akan menyadari adanya masalah atau kebutuhan yang ingin dipenuhi. Setelah itu, mereka akan aktif mencari informasi tentang produk atau merek yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Informasi yang diperoleh kemudian akan dievaluasi untuk membandingkan kelebihan dan kekurangan dari setiap pilihan. Tahap terakhir adalah konsumen akan membuat keputusan apakah akan membeli produk atau tidak, serta produk mana yang akan dipilih.[18]

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian
   a. Pengaruh Internal (Individu):
      1. Kebutuhan: Keinginan untuk memenuhi kebutuhan dasar atau kebutuhan akan status sosial.
      2. Persepsi Merek: Pendapat konsumen tentang kualitas, image, dan manfaat merek.
      3. Preferensi: Pilihan pribadi yang stabil dalam meningkatkan suatu merek atau produk.
      4. Demografi: Faktor seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pendapatan.
      5. Gaya Hidup: Cara hidup dan minat yang mencerminkan kepribadian konsumen.
      6. Kepribadian: Karakteristik unik individu yang mempengaruhi perilaku konsumen.

[18] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan Dan Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014).

b. Pengaruh Eksternal (Lingkungan):

1. Budaya: Nilai, norma, dan keyakinan yang dianut oleh masyarakat.
2. Status Sosial: Posisi sosial individu dalam masyarakat.
3. Kelompok Referensi: Orang-orang yang mempengaruhi keputusan konsumen, seperti keluarga, teman, dan tokoh idola.
4. Situasi: Kondisi lingkungan fisik dan sosial yang mempengaruhi keputusan pembelian.

c. Pengaruh Strategi Pemasaran:

1. Produk: Fitur, kualitas, desain, dan kemasan produk.
2. Harga: Tingkat harga yang kompetitif dan sebanding dengan nilai yang ditawarkan.
3. Promosi: Kegiatan komunikasi pemasaran untuk menginformasikan dan membujuk konsumen.
4. Distribusi: Ketersediaan produk di tempat yang mudah dijangkau oleh konsumen.[19]

3. Indikator Keputusan Pembelian

a. Kemantapan pada Sebuah Produk

Konsumen merasa sangat yakin dan percaya diri dengan produk yang dipilih. Mereka tidak ragu-ragu dan merasa produk tersebut memenuhi semua kebutuhan mereka.

b. Kebiasaan Membeli Produk

Konsumen secara rutin dan berulang kali membeli produk yang sama karena terbiasa dan merasa nyaman menggunakannya.

[19] Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran* (Kudus: Nora Media Enterprise, 2010).

c. Memberikan Rekomendasi pada Orang Lain

Konsumen sangat menyukai produk tersebut sehingga mereka merekomendasikannya kepada teman, keluarga, atau kolega. Ini menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi dalam meningkatkan produk.

d. Melakukan Pembelian Ulang

Konsumen terus membeli produk yang sama setelah mencoba pertama kali. Ini menunjukkan bahwa konsumen puas dengan produk tersebut dan berniat untuk terus menggunakannya di masa depan.[20]

[20] Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13th ed. (Jakarta: Erlangga, 2012).