

الباب الأول

مقدمة

أ. خلفية البحث

مع تطور العولمة، فقد أثر ذلك على حياة الإنسان على سطح الأرض، وخاصة فيما يتعلق بأسلوب الحياة الحديث في إندونيسيا، حيث أن ٩٠٪ من السكان مسلمون، فيجب أن يكونوا قادرين على الحفاظ على القيم الدينية، بما في ذلك فيما يتعلق باستهلاك الطعام. فهل جعلنا تطور العلم والتكنولوجيا في أيامنا هذه ننسى القيم الدينية التي يجب الحفاظ عليها؟^١ الحلال يعني المسموح به، وعكس الحرام يعني المحظور أو غير المسموح به بموجب الشريعة الإسلامية. الطعام الحلال هو كل أنواع الطعام التي يجوز تناولها وفق أحكام الشريعة الإسلامية، وتتنوع أشكاله من الحيوانات والفواكه والخضروات وغيرها من النباتات، إلا إذا ورد حديث أو تفسير في القرآن الكريم يبين تحريمه.

إن علامة الحلال هي إدراج كتابة أو بيان حلال على عبوة المنتج للإشارة إلى أن المنتج المعني يتمتع بحالة حلال. ومع وجود علامة الحلال على المنتجات الغذائية التي يستهلكها الجمهور، فإن ذلك يعد أحد جهود الحكومة لحماية ٩٠٪ من المستهلكين المسلمين.^٢

من خلال إضافة علامة الحلال، يتم حماية المستهلكين المسلمين. إن إدراج ملصق الحلال هو وسيلة لإيصال المعلومات من المنتجين إلى المستهلكين فيما يتعلق بالمنتجات التي

^١ Al-Bara Al-Bara dan Rahmayanti Nasution, "Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan," Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam, 10.2 (2018), 22–48

^٢ Andisasmito & Wiku, *Audit Lingkungan Rumah Sakit*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008). 6

سيبيعونها. لأن الجمهور أيضاً لديه الحق في معرفة والحصول على معلومات واضحة ومفصلة فيما يتعلق بكل تركيبة أو مادة مستخدمة في المنتجات المعروضة في المنتج.³

تواجه عملية وضع العلامات الحلال على المنتجات الغذائية المعبأة العديد من العقبات، سواء من جانب المنتجين الذين لا يلتزمون بالإجراءات، أو من جانب التنفيذ الذي شهد تغييرات مؤسسية. الوعي الحلال هو معرفة المسلم لمفهوم الحلال وعملية الحلال والاعتقاد بأن استهلاك الطعام الحلال مهم بالنسبة له.

ويتميز الوعي الإسلامي أيضاً بالمعرفة بكيفية الذبح وتعبئة الطعام والحفاظ على نظافة الطعام وفقاً للشريعة الإسلامية. المكونات الغذائية هي أي مكونات موجودة في المنتجات الغذائية. تعتبر مكونات الغذاء أحد العوامل المحددة في التنبؤ باهتمام المستهلك الشرائي لمنتج غذائي.⁴

لأن العديد من المسلمين الإندونيسيين لا يزالون لا يهتمون كثيراً بالمكونات الموجودة في الطعام، مما يؤدي إلى ظهور أفراد غير مسؤولين يقومون بخلط المكونات الحلال مع المكونات غير الحلال. لذلك، إذا كان هناك طعام أقل حلالاً أو غير حلال للمسلمين كغذاء أو للاستهلاك، فإن الوعي بعلامة الحلال مهم للغاية أو يجب أن يأخذه التجار الذين يتاجرون في سوق ريجوينانجون في ماجيلانج في الاعتبار.

لذلك، يجب على التجار في سوق ريجوينانجون ماجيلانج أن يهتموا أكثر بتسجيل ملصقات الحلال، وهو أمر مهم لأن غالبية الشعب الإندونيسي مسلمون ويجب عليهم اختيار أو الاهتمام بما هو جيد للاستهلاك.

³ Iis Sutardi et al., "Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Ditinjau Perspektif Ekonomi Syariah Di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis," 8.1 (2019), 77-88

⁴ Aditya Tamara, Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (*Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera*)

من خلال الشرح السابق للظاهرة، يرغب المؤلف في إجراء بحث وملاحظة تصورات التجار حول الوعي بعلامات الحلال التي أصدرتها الحكومة بعنوان البحث "تأثير الوعي التجاري وعلامات الحلال على جودة منتجات التجار (في سوق ريجوينانجون، ماجيلانج)"

ب. تحديد المسألة

يصف محور البحث كافة محاور المشكلة التي سيتم حلها لاحقًا من خلال عملية البحث. يجب أن يتم تنظيم تركيز البحث بطريقة بسيطة ومفصلة وواضحة ومحددة وعملية، ثم يتم التعبير عنها في شكل سؤال.

ومن خلال الشرح السابق لظاهرة المشكلة صاغ الباحث عدة محاور بحثية وهي:

١. ما مدى تأثير الوعي التجاري على جودة المنتج في سوق ريجوينانجون، ماجيلانج؟

٢. ما مدى تأثير علامة الحلال على جودة المنتج في سوق ريجوينانجون في ماجيلانج؟

٣. ما مدى تأثير الوعي التجاري وعلامات الحلال على جودة المنتج في سوق ريجوينانجون، ماجيلانج؟

ج. أهداف البحث

إن غرض البحث هو الحصول على رؤية للاتجاه الذي يجب اتخاذه ورؤية لظاهرة المشكلة التي تم صياغتها.

وبالرجوع إلى عرض سياق ومحور مشكلة الظاهرة فإن الأهداف التي سيحققها الباحث

هي:

١. معرفة مدى تأثير الوعي التجاري على جودة المنتج.

٢. معرفة مدى تأثير علامة الحلال على جودة المنتج.
٣. تحديد مدى تأثير الوعي التجاري وملصقات الحلال على جودة المنتج.

د. أهمية البحث

يصبح العمل المكتوب ذو قيمة إذا كان مفيداً لأطراف عديدة. تتضمن فوائد العمل المكتوب المساهمات التي سيتم تقديمها عند اكتمال جميع سلاسل الأبحاث. يمكن أن تكون فوائد البحث فوائد نظرية وفوائد عملية، مثل الفوائد التي تعود على الباحثين المؤسسين وعامة الناس ككل. الفوائد المرجوة من هذا العمل المكتوب هي كما يلي:

١. أهمية النظرية

ومن المتوقع أن يوفر هذا العمل المعرفة العلمية الإضافية المتعلقة بشهادة الحلال وضمان المنتجات الحلال والتي تعد مفيدة لتحويل المعرفة، وخاصة في مجال الاقتصاد الإسلامي ودراسات الحلال.

٢. أهمية العملية

ويأمل المؤلف من خلال هذا العمل العلمي أن ينضج ويزيد من معرفة وخبرة الباحثين في مجال الاقتصاد الإسلامي، وخاصة في مجال دراسات الحلال. وتزيد من معرفة القراء. ومن المتوقع أيضاً أن يكون هذا البحث قادراً على تقديم الاقتراحات والمدخلات للسلطات حتى تتمكن الأنشطة التي تقام من التطور لتصبح أفضل وأكثر فائدة للمجتمع المحيط، وخاصة تلك المتعلقة بوعي التجار بوجود علامات الحلال.

هـ. البحوث السابقة

تشرح الرسالة التي أعدها أحمد رافقي تحت عنوان "سياسة إصدار شهادات الحلال في سوق تانجونج بمنتقة جيمبر" أن أحد أهم العوامل التي تؤثر على إدراك الناس هو وجود عوامل أو ظروف ظرفية حول الهدف أو حوله والتي تؤثر أيضاً على الإدراك. هذا ما حدث مع التجار في سوق تانجونج، وضع التجار وظروفهم جعلتهم يعتقدون أن وضع علامة الحلال أمر إلزامي ومكلف. بالإضافة إلى ذلك، فإن التكاليف المرتبطة بالعناية بعلامات الحلال تجعل التجار يشعرون بعبء متزايد، بحيث لا يهتم العديد من أصحاب الأعمال الصغيرة والمتناهية الصغر بالاهتمام بشهادة الحلال لمنتجاتهم.^٥

يوضح المقال الذي كتبه البراء ورحماياني ناسوتيون بعنوان "تحليل تأثير ملصقات الحلال على المنتجات الغذائية على قرارات الشراء لدى المستهلكين في مجتمع مدينة ميدان" أن متغير ملصق الحلال يمكن أن يؤثر على القرارات في عملية صنع القرار لدى المستهلك عند شراء المنتجات في شمال سومطرة، وخاصة في مدينة ميدان. يمكن لمتغير علامة الحلال أن يؤثر على قرارات المستهلك في اتخاذ قرار شراء منتج ما، وكان التأثير الذي أحدثه في هذه الدراسة ٥٤,١٪.^٦

الرسالة التي أعدها أديتيا تامارا تحت عنوان "تأثير وضع العلامات الحلال والوعي الحلال ومكونات الأغذية على الاهتمام بشراء منتجات الأغذية الحلال" توضح أن وضع العلامات الحلال هو فتوى مكتوبة من مجلس العلماء الإندونيسي تشير إلى حلال المنتج وفقاً للشريعة الإسلامية. يتم منح شهادات الحلال للشركات بعد اجتياز منتجات الشركة لاختبارات الحلال

⁵ Ahmad Rofiki, *Persepsi Pedagang Atas Kebijakan Sertifikasi Halal (Studi Kasus Pada Pedagang Daging Ayam di Pasar Tanjung Kabupaten Jember)*, Skripsi, 2022.

⁶ Albara dan Nasution, *Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Masyarakat Kota Medan)*, Skripsi, 2018

التي تجريها وزارة الحلال. إن شهادة الحلال للمنتج تتحدث أيضاً عن نقاء جودة ونظافة المنتج. ستوفر شهادة الحلال صورة إيجابية في شكل ثقة المستهلك بالمنتج.⁷

تشرح الأطروحة التي أعدها إيس سوتاردي تحت عنوان "تحليل تصورات المستهلكين حول وضع العلامات الحلال على المنتجات الغذائية المستوردة في العبوات من منظور الاقتصاد الشرعي في منطقة بنجكالييس، مقاطعة بنجكالييس"، أنه بناءً على نتائج استبيان مع المستهلكين في منطقة بنجكالييس، تدعي حكومة مقاطعة بنجكالييس أنه من خلال توفير علامات الحلال على شراء الأغذية المستوردة في العبوات، يمكنها توفير السلامة والراحة في استهلاك هذه المنتجات. وقد اشترى بعض المستهلكين أغذية مستوردة في أغلفة لا تحمل علامة الحلال، كما اشترى بعض المستجيبين أيضاً أغذية مستوردة في أغلفة تحمل علامة الحلال. بالإضافة إلى ذلك، يشتري بعض المستهلكين المنتجات الغذائية المستوردة المغلفة مثل تلك الموجودة في متاجر ألفا مارت، وإندوماريت، ومحلات السوبر ماركت، وغيرها من المتاجر الصغيرة. يتم شراء المنتجات الغذائية المعبأة المستوردة من ١ إلى ٥ مرات شهرياً. تشمل الأطعمة المعبأة المستوردة التي يتم شراؤها غالباً للاستهلاك الحليب المعبأ، وصلصة الصويا، وكعكة أوتاك، وكعكة الشوكولاتة، والمعكرونة سريعة التحضير، وأبولو، والوافلز، والأطعمة المعبأة الأخرى. المستهلكون الذين يجدون المنتجات الغذائية المستوردة في أغلفة لا تحمل علامة الحلال لن يشترونها، بل يفضلون بدلاً من ذلك المنتجات الغذائية المستوردة في أغلفة تحمل علامة الحلال. عندما نتحدث عن الأطعمة المستوردة المعبأة التي لا تحمل علامة الحلال، فإن أحدها هو الوجبات الخفيفة. وتتمثل العوائق التي يواجهها المستهلكون في عدم توفر معلومات للمستهلك حول المنتجات الغذائية المستوردة المغلفة بعلامة الحلال، وعدم توفر معلومات من الأطراف ذات الصلة حول المنتجات الغذائية المستوردة غير المغلفة بعلامة الحلال. الحل هو أن دور الحكومة و BPOM والأطراف ذات الصلة متوقع أن يكون للإشراف والمراقبة على المنتجات الغذائية المستوردة المغلفة والتي لا تحمل علامة الحلال وفرض عقوبات على المنتجين

⁷ Aditya Tamara, *Pengaruh Labelisasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal*

الذين ليس لديهم تصريح علامة الحلال. بالإضافة إلى ذلك، من المتوقع أن تقوم BPOM والأطراف ذات الصلة دائماً بإبلاغ المستهلكين في منطقة بنجكالييس، مقاطعة بنجكالييس وتوصيلهم بأهمية المنتجات الغذائية المستوردة في عبوات تحمل علامة الحلال.⁸

تشرح الرسالة التي أعدها أحمد عز الدين تحت عنوان "تأثير ملصقات الحلال والوعي الحلال ومكونات الطعام على الاهتمام بشراء الأطعمة الطهوية" أن الوعي بالحلال ومكونات الطعام تؤثر على نية شراء ناسي بيسل جاراهاان جيمبر. ومع ذلك، فإن علامة الحلال لا تؤثر على الاهتمام بشراء أرز جاراهاان بيسل، مما يعني أنه على الرغم من وجود علامة حلال ملفوفة في أرز جاراهاان بيسل، إلا أن المشاركين في الاستطلاع ما زالوا يشترون أرز جاراهاان بيسل. ومع ذلك، فإن عمليات الشراء تتأثر بالحلال والوعي بالحلال ومكونات الطعام التي تؤثر على عمليات الشراء. ويستند هذا إلى العديد من نتائج الأبحاث والنظريات، التي تشير إلى أن وضع العلامات الحلال والوعي بالحلال ومكونات الأغذية تعتبر من محركات الاهتمام الشرائي لدى المسلمين.⁹

مناقشة علمية كتبها سيفنا نور حياتي بعنوان تأثير الوعي بالحلال وصورة العلامة التجارية وجودة المنتج جزئياً وفي نفس الوقت على قرار شراء منتجات التجميل الحلال بين الطلاب في بوروكيرتو وأظهرت نتائج الدراسة أن الطلاب في بوروكيرتو الذين عرفوا عن منتجات التجميل الحلال عند شراء منتجات التجميل رأوا أولاً حلال المنتج من خلال شعار الحلال MUI المطبوع على العبوة. ثانياً، بالنظر إلى صورة العلامة التجارية للمنتج، عادةً ما يستخدم الطلاب في بوروكيرتو العلامات التجارية المعروفة والمستخدم بشكل شائع كل يوم. ثالثاً، يضع الطلاب في بوروكيرتو جودة المنتج التجميلي في المقام الأول عند شراء المنتجات التجميلية، على سبيل المثال متانة المنتج، وملاءمته للبشرة، والمكونات الآمنة للاستخدام، والقدرة على تقديم الفوائد وفقاً للادعاءات المذكورة على المنتج. وهذا يتفق مع الأساس اللاهوتي لمتغير قرار

⁸ Sutardi, Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Ditinjau Perspektif Ekonomi Syariah Di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis

⁹ Ahmad Izzuddin, "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner,"

الشراء، حيث أن عملية اتخاذ قرار الشراء تتأثر إلى حد كبير بسلوك المستهلك. وقد تم شرح عملية اتخاذ القرار في الإسلام في آيات أكثر عمومية من القرآن الكريم، أي أنه يمكن تطبيقها على جميع الأنشطة. إن مفهوم اتخاذ القرار في الإسلام يركز أكثر على التوازن. يجب أن يكون كل قرار لإنفاق أي شيء متوازنًا.¹⁰

و. تنظيم الكتابة البحث

الباب الأول مقدمة

يعرض هذا الباب مقدمة البحث بأكمله والتي تتكون من خلفية المشكلة، وصياغة المشكلة، وأهداف البحث، وفوائد البحث، والبحث المنهجي

الباب الثاني الأساس النظري

يحتوي على وصف للإطار النظري ذي الصلة المتعلق بالوعي التجاري وعلامات الحلال لجودة المنتج

الباب الثالث منهج البحث

يتضمن هذا الفصل آلية وضع العلامات الحلال للتجار الذين لم يستوفوا آخر متطلبات وضع العلامات الحلال والتي سيتم مناقشتها في الفصل الثالث حول تأثير الوعي التجاري على وضع العلامات الحلال على المنتجات المتداولة في سوق ريجوينانجون في ماجيلانج. والتي تحتوي على نوع البحث، موضوع البحث وموقعه، مصدر البيانات، المجتمع، عينة البحث، نظرية اختبار SPSS.

الباب الرابع نتائج البحث والمناقشة

¹⁰ Sakinah Pokhrel, "Pengaruh Kesadaran Halal, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Purwokerto)," *Ayan*, 15.1 (2024), 37–48.

يحتوي هذا الفصل على نبذة عن الموضوع المراد دراسته، ونتائج تفسير المستجيب والتي سيتم عرضها في البحث القادم، كما سيتم مناقشة نتائج اختبار SPSS.

الباب الخامس الخاتمة و الاقتراحات

ويحتوي الفصل الأخير على الاستنتاجات أو الاقتراحات أو التوصيات. يقدم الاستنتاج ملخصاً لجميع نتائج البحث المتعلقة بمشكلة البحث. ويتم التوصل إلى الاستنتاجات بناءً على نتائج تحليل وتفسير البيانات التي تم وصفها في الفصول السابقة.

