



TINGKAT PENGETAHUAN, PERSEPSI DAN SIKAP MASYARAKAT TERHADAP KEHALALAN OBAT DI JAWA TIMUR

¹Abdul Hakim*, ²Hajar Sugihantoro, ³Ihda Kurnia Aspari, ⁴Chrisandy Ramadhanty, ⁵Nanda Garintalia Kusnanto, ⁶Isnaini Khoirun Nur Amin

¹Program Studi Farmasi, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Info Article

Submitted :

23 Maret 2022

Revised :

14 Juni 2022

Accepted :

27 Juni 2022

Corresponding Author :

Abdul Hakim

Email :

ahakim@farmasi.uin-malang.ac.id

ABSTRAK

Obat adalah produk farmasi yang berperan penting terhadap kesehatan. Status kehalalan dari produk farmasi tengah ramai perbincangan karena adanya Undang-Undang Jaminan Halal Produk yang mengharuskan seluruh produk memiliki bersertifikat halal. Namun kenyataannya, obat-obat yang beredar di masyarakat banyak yang belum diketahui status kehalalannya. Kondisi tersebut bisa jadi disebabkan pengetahuan, persepsi dan sikap masyarakat, karena ketiga hal tersebut bisa mempengaruhi perilaku masyarakat untuk menggunakan obat halal dan ini bisa mempengaruhi industri farmasi dalam memproduksinya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur tingkat pengetahuan, persepsi, dan sikap masyarakat Jawa Timur terhadap kehalalan obat. Penelitian berupa studi observasional. Pengumpulan data dilakukan secara online menggunakan aplikasi *google form*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 684 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan responden terhadap kehalalan obat adalah 65% dalam kategori baik, 30% kategori cukup dan 5% kategori kurang. Persepsi responden adalah 68% dalam kategori baik, 31% kategori cukup, dan 1% kategori kurang. Sedangkan sikap responden adalah 70% termasuk dalam kategori baik, 29% kategori cukup dan 1% kategori kurang. Berdasarkan hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan, persepsi, dan sikap masyarakat terhadap kehalalan obat di Jawa Timur dalam kategori baik.

Kata kunci: Obat halal, pengetahuan, persepsi, sikap.

Access this article



ABSTRACT

Drug is a pharmaceutical product that has an important role for health. The halal status of pharmaceutical products being discuss because of the implementation of Law on Product Halal Assurance that required all products be have halal certified. However, in reality, many drugs circulate have not known halal status. This condition could be due to public knowledge, perceptions and attitudes, because these three things can affect people's behavior to use halal drugs and also affect the pharmaceutical industry in producing them. Therefore,

this study aims is to determine and measure the level of knowledge, perceptions, and public attitudes towards halal drugs in East Java. The research is an observational study. Data collection is done online using Google Form. Sampling technique is purposive sampling with a total sample of 684 respondents. The results showed that the level of knowledge of respondents about the halal drugs is categorized as good category 65%, sufficient category 30% and bad category 5%. Respondents' perceptions were 68% in the good category, 31% sufficient category, and 1% bad category. Meanwhile, the attitude of the respondents is 70% in good category, 29% sufficient category and 1% bad category. Based on the result, it can be concluded tant the level of public knowledge, perceptions, and attitudes of halal drugs in East Jawa is in the good category.

Keywords: Halal drugs, knowledge, perception, attitudes.

1. PENDAHULUAN

Status halal dari produk farmasi tengah menjadi perhatian karena diterapkannya Undang-Undang tentang Jaminan Halal Produk, sehingga semua produk, termasuk obat, yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia wajib memiliki sertifikat halal (Hijriawati dkk, 2018). Namun fakta soal kehalalan tersebut masih perlu diperhatikan. Beberapa permasalahan muncul karena tidak semua obat memenuhi syarat berstatus halal. Beberapa obat diantaranya masih menggunakan bahan yang belum termasuk dalam kategori halal (Putriana, 2016).

Obat adalah salah satu produk farmasi yang memiliki peranan penting dalam kesehatan. Obat berperan dalam penurunan angka kesakitan dan mortalitas serta meningkatkan kualitas hidup seseorang (Raheem, 2018). Namun, masyarakat lebih sulit mendapatkan obat berlogo halal dibandingkan makanan/minuman yang berlogo halal, karena jumlah obat yang bersertifikat halal yang masih sedikit dibandingkan makanan/minuman berlogo halal. Menurut

data MUI terdapat penurunan jumlah sertifikasi halal pada obat-obatan, dimana pada tahun 2019 terdapat 1891 obat bersertifikat halal dan pada tahun 2020 turun menjadi 890 (Hudaefi dkk, 2021). Minimnya obat bersertifikat halal bisa jadi disebabkan perilaku masyarakat yang belum membutuhkan obat halal. Perilaku memiliki hubungan yang linear dengan pengetahuan, persepsi dan sikap masyarakat terhadap obat halal.

Penelitian tentang penggunaan produk halal di daerah Malang telah dilakukan oleh Zani dkk (2013) tentang analisis pengaruh label halal dan aman produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Malang. Hasil menunjukkan bahwa terdapat 22% responden yang membaca informasi tentang kehalalan dan keamanan produk pada kemasan, serta 43% keputusan pembelian dipengaruhi adanya label halal dan aman pada produk. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Purwanti (2017) tentang pengetahuan, sikap, dan persepsi konsumen terhadap kehalalan obat di Kabupaten Banyumas, kesadaran dan pengetahuan konsumen muslim terhadap kehalalan obat masih

sering menjadi sumber permasalahan di kalangan muslim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya 23% responden yang memiliki pengetahuan baik tentang kehalalan obat, sedangkan sikap dan persepsi termasuk dalam kategori baik.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dilakukan penelitian terkait tingkat pengetahuan, persepsi, dan sikap masyarakat terhadap kehalalan obat. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan mengukur tingkat pengetahuan, persepsi, dan sikap masyarakat terhadap kehalalan obat di wilayah Jawa Timur. Jawa Timur dipilih dalam penelitian ini karena mayoritas masyarakatnya yang beragama Islam dan terkenal sebagai masyarakat yang religius.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan studi observasional. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah 684 responden. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner. Variabel yang diamati yaitu tingkat pengetahuan, persepsi, dan sikap masyarakat terhadap kehalalan obat.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan pada variabel pengetahuan memiliki nilai r (0,547 sampai 0,908); persepsi (0,421 sampai 0,822); dan sikap (0,610 sampai 0,822). Sedangkan pada uji reliabilitas variabel pengetahuan, persepsi, dan sikap memiliki nilai koefisien korelasi 0,982; 0,832; dan 0,800. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kuesioner telah memenuhi kriteria uji validitas dan

reliabilitas, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian.

2.2 Populasi, Sampel, dan Kriteria Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Jawa Timur yang beragama Islam, sedangkan sampel yaitu populasi yang memenuhi kriteria yang ditetapkan. Kriteria inklusi yaitu, berdomisili di wilayah Jawa Timur, berusia > 17 tahun, dan bersedia menjadi responden. Kriteria eksklusi yaitu responden yang tidak mengisi kuesioner secara lengkap.

2.3 Prosedur Penelitian

Pengumpulan data dilakukan pada bulan April 2020 sampai Juni 2021 di 4 wilayah di Jawa Timur yaitu Kabupaten Bojonegoro, Kabupaten Banyuwangi, Kota Surabaya, dan Kabupaten Malang. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap 30 responden. Kuesioner disebar secara online menggunakan aplikasi *google form*. Pengolahan data menggunakan analisis univariat dan diperoleh data berupa tabel dan persentase karakteristik responden serta distribusi variabel penelitian. Tingkat pengetahuan, persepsi, dan sikap masyarakat terhadap kehalalan obat dibagi menjadi 3 kategori yaitu baik (skor 100%-75%), cukup (skor 74%-55%), dan kurang (skor $<55\%$).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden dikelompokkan menjadi empat yaitu jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan jenis pekerjaan seperti yang terlihat pada **Tabel 1**.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Demografi	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	37%
	Perempuan	63%
Usia	17-25 tahun	72%
	26-35 tahun	15%
	36-45 tahun	7%
	46-55 tahun	5%
	>56 tahun	1%
Pendidikan terakhir	SD/SMP/SMA	40%
	D1/D2/D3	10%
	S1/S2/S3	50%
	Lainnya	0%
Jenis Pekerjaan	PNS	4%
	Wirusaha	2%
	Wiraswasta	20%
	Guru	9%
	Petani	1%
	Ibu rumah tangga	6%
	Siswa/Mahasiswa	39%
	Karyawan	15%
Lainnya	5%	

3.2 Tingkat Pengetahuan Masyarakat terhadap Kehalalan Obat

Pengetahuan adalah hasil dari tahu setelah melakukan pengindraan terhadap suatu objek. Proses pengindraan dapat terjadi melalui penglihatan, pendengaran, penciuman, perasa, dan peraba

(Notoatmodjo, 2012). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat terhadap kehalalan obat di Jawa Timur yaitu 65% termasuk kategori baik, 30% kategori cukup, dan kategori kurang sebanyak 5%.

Tabel 2. Persentase Pengetahuan Responden

Parameter Pengetahuan	Tema Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
Definisi halal dan haram (P1)	1. Halal yaitu diperbolehkan	99%	1%
	2. Haram yaitu melanggar hukum/ tidak diperbolehkan	97%	3%
Rata-rata dan kategori		98% (Baik)	
Ketentuan halal dan haram (P2)	3. Bangkai haram dimakan bagi orang muslim	99%	1%
	4. Darah haram dimakan bagi orang muslim	99%	1%
	5. Babi haram dimakan bagi orang muslim	99%	1%
	6. Khamr minuman haram bagi orang muslim	99%	1%
Rata-rata dan kategori		99% (Baik)	
Obat halal (P3)	7. Terdapat obat berlogo halal	85%	15%
	8. Terdapat Kapsul yang terbuat dari gelatin babi	52%	48%
	9. Terdapat sirup/ elixir mengandung alkohol	50%	50%
	10. Batas penggunaan alkohol dalam obat menurut MUI	72%	28%

11. Penggunaan insulin mengandung babi menurut MUI	53%	47%
Rata-rata dan kategori	63% (Cukup)	

Berdasarkan **Tabel 2** di atas, dapat diketahui bahwa responden sudah memiliki pengetahuan yang baik terkait definisi halal dan haram (P1) serta ketentuan halal dan haram (P2). Tetapi pengetahuan responden hanya cukup terkait obat halal. Hal tersebut bisa disebabkan masih sedikitnya informasi yang didapatkan oleh masyarakat tentang obat halal. Berbeda dengan dua materi sebelumnya, yang sudah sering mereka dapatkan mulai sekolah dasar hingga SLTA. Juga dari sekolah-sekolah informal, seperti kajian di masjid/mushola, Taman Pendidikan al-Qurán dan madrasah-madrasah diniyah.

Berdasarkan pada **Tabel 2**, dapat diketahui bahwa P1 dan P2 termasuk dalam kategori baik. Sebanyak 99% responden mengetahui arti halal, 97% mengetahui arti haram, dan 99% responden mengetahui bahan yang dilarang untuk dikonsumsi bagi orang muslim. Bahan-bahan yang dilarang dikonsumsi meliputi bangkai, darah, babi, dan khamr.

Pengetahuan dalam kategori cukup digambarkan pada P3. Hal tersebut ditunjukkan dari jawaban responden bahwa 15% responden tidak mengetahui jika ada obat yang berlogo halal. Kemudian, sebanyak 40% dan 28% responden juga tidak mengetahui jika sirup/ elixir mengandung alkohol dan alkohol yang melebihi batas tertentu menurut MUI adalah haram. Fatwa MUI tahun 2018 menyebutkan bahwa minuman beralkohol yang termasuk kategori *khamr* adalah

minuman yang mengandung alkohol atau etanol lebih dari 0,5% (Asmak, 2015). MUI menetapkan bahwa kandungan alkohol di dalam obat tidak boleh lebih dari 1 % (Rahem, 2018). Selanjutnya, sebanyak 48% responden tidak mengetahui jika ada kapsul yang terbuat dari gelatin babi dan 47% responden juga tidak mengetahui jika MUI memperbolehkan penggunaan insulin yang mengandung babi karena alasan darurat. Penggunaan Insulin yang berasal dari babi diperbolehkan apabila belum ada alternatif lain yang terbuat dari bahan halal yang didasarkan alasan kedaruratan dan menjadi jalan terakhir apabila obat lain masih belum bisa mengatasi suatu penyakit (Asmak, 2015). Hal tersebut seperti tertuang dalam Al-Qawaid Al-Fiqhiyyah yang artinya "*keadaan darurat memperbolehkan sesuatu yang dilarang*" (Muiz, 2020).

3.3 Persepsi Masyarakat terhadap Kehalalan Obat

Persepsi berasal dari kata *perceptio* yang berarti menerima atau mengambil (Ferrinadewi, 2008). Persepsi juga didefinisikan sebagai proses dimana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasi stimulus ke dalam suatu gambaran yang berarti dan menyeluruh (Simamora, 2002). Hasil menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap kehalalan obat yaitu 68% termasuk kategori baik, 31% kategori cukup, dan kategori kurang sebanyak 1%.

Tabel 3. Persentase Persepsi Responden

Parameter Persepsi	Tema Pernyataan	Jawaban
--------------------	-----------------	---------

		SS	S	TS	STS
Peran pasien (P1)	1. Pasien memiliki hak untuk menanyakan sumber bahan obat	63 %	35 %	2%	0%
Rata-rata dan kategori		91% (Baik)			
Peran perusahaan (P2)	2. Perusahaan harus memberikan informasi terkait status kehalalan obat yang diproduksi	72 %	27 %	1%	0%
Rata-rata dan kategori		93% (Sangat Baik)			
Peran tenaga kesehatan terkait kehalalan obat (P3)	3. Dokter/apoteker harus menyampaikan informasi terkait kehalalan obat yang diberikan kepada pasien	49 %	42 %	8%	1%
	4. Saat memilih obat, dokter/apoteker harus mempertimbangkan agama pasien.	41 %	44 %	13 %	2%
Rata-rata dan kategori		83% (Baik)			
Perlunya edukasi masyarakat terkait kehalalan obat (P4)	5. Masyarakat masih perlu diberi edukasi tentang kehalalan obat	53 %	32 %	7%	8%
Rata-rata dan kategori		82% (Baik)			
Peran pemuka agama terkait kehalalan obat (P5)	6. Masyarakat harus mengikuti fatwa ulama dalam kehalalan obat.	39 %	51 %	8%	1%
Rata-rata dan kategori		82% (Baik)			
Kuatnya keinginan masyarakat terhadap obat halal (P6)	7. Saat memilih obat, masyarakat lebih mempertimbangkan faktor harga dibanding kehalalan.	13 %	42 %	35 %	11%
Rata-rata dan kategori		61% (Kurang)			

Berdasarkan pada **Tabel 3** di atas, kategori persepsi sangat baik ditunjukkan pada P2. Sebanyak 72% responden sangat setuju jika industri obat harus memberikan informasi tentang status kehalalan obat yang telah diproduksi. Hal ini dikarenakan kehalalan telah menjadi urgensi dan integral dalam hal ketaatan religius bagi pemeluk agama Islam ('Afifi, 2015). Keakuratan informasi yang tertera pada label akan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, sehingga konsumen khususnya yang beragama Islam akan merasa diuntungkan (Rahma, 2015).

Selanjutnya, kategori baik digambarkan pada P1, P3, P4, dan P5. Sebanyak 63% responden sangat setuju jika pasien memiliki hak untuk

menanyakan informasi tentang sumber bahan obat. 49% responden sangat setuju dengan pernyataan jika dokter atau apoteker harus menginformasikan kepada pasien mengenai obat-obat yang haram berdasarkan agama mereka dan 44% responden juga setuju jika keyakinan agama harus menjadi pertimbangan dokter dalam keputusan pemberian obat. Selanjutnya, 53% responden sangat setuju jika masyarakat harus diedukasi terkait kehalalan obat dan 51% responden setuju dengan pernyataan jika kita harus mencari fatwa pemuka agama terkait kehalalan obat.

Kemudian, persepsi dalam kategori kurang ditunjukkan pada P6. Sebanyak 42% responden setuju jika orang diberi alternatif **halal** dengan harga relatif mahal,

sebagian besar akan enggan menggunakan yang halal. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat lebih mementingkan harga dibanding kehalalan obat. Harga mempunyai pengaruh positif terhadap minat pembelian. Semakin tinggi harga suatu produk, maka semakin sedikit minat pembeli. Harga dari produk yang terjangkau dapat menjadi alternatif dari beberapa produk serupa yang konsumen ketahui. Dengan penetapan harga yang tidak terlalu mahal, dapat menarik perhatian dan minat konsumen (Kumalasari, 2019).

3.4 Sikap Masyarakat terhadap Kehalalan Obat

Sikap adalah pengorganisasian dari proses motivasi, persepsi, dan kognitif yang menetap pada diri individu dalam berhubungan dengan aspek kehidupannya (Fauziah, 2012). Sikap merupakan respon tertutup seseorang terhadap suatu objek (Notoatmodjo, 2012). Hasil menunjukkan, sikap masyarakat terhadap kehalalan obat yaitu 70% dalam kategori baik, 29% kategori cukup dan 1% kategori kurang.

Tabel 4. Persentase Sikap Responden

Pernyataan	Jawaban			
	SS	S	TS	STS
1. Lebih senang memilih obat yang berlogo halal	70%	28%	1%	0%
2. Tidak membeli obat yang tidak berlogo halal	56%	17%	24%	2%
3. Menanyakan status kehalalan obat sebelum menerima obat	26%	50%	22%	2%
4. Lebih memperhatikan harga obat daripada kehalalan obat	15%	26%	45%	14%
5. Senang jika apoteker memberikan informasi status kehalalan obat	64%	34%	1%	0%
6. Senang apabila ada kebijakan mencantumkan logo halal pada obat	68%	30%	2%	0%
Rata-rata dan kategori		83% (baik)		

Berdasarkan **Tabel 4** di atas, diketahui bahwa mayoritas responden (70% sangat setuju dan 28% setuju) lebih senang apabila mendapatkan obat berlogo halal. Meskipun demikian masih banyak responden yang tidak menolak obat yang tidak berlogo halal. Hal itu nampak pada pernyataan nomor 2, di mana hanya 56% responden yang sangat setuju kalau mereka lebih memilih tidak membeli obat yang tidak berlogo halal. Hal tersebut mungkin disebabkan karena kondisi saat ini, yang mana belum banyak obat berlogo halal. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan nomor 3 dan nomor 4, yaitu hanya 26% responden yang sangat setuju untuk menanyakan status kehalalan

obat yang mereka terima dan hanya 14% yang sangat tidak setuju bahwa harga lebih diutamakan dari pada masalah kehalalan.

Tetapi sebagian besar responden sangat setuju (64%) bila apoteker menyampaikan informasi status kehalalan obat dan sebagian besar responden juga sangat setuju apabila ada kebijakan pemerintah untuk mencantumkan logo halal pada obat. Tujuan dari pemberian logo halal sendiri yaitu untuk memberikan perlindungan dan kepastian hukum hak konsumen muslim dari produk yang tidak halal (Syafriada, 2016). Kebijakan pemerintah tentang obat halal telah diatur dalam Undang-Undang nomor 33 tahun

2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Logo halal yang terdapat dalam produk telah menjadi karakter global bahwa mutu dari produk yang dipasarkan telah terjamin kehalalannya (Bulan, 2017). Pemberian label halal pada kemasan tidak hanya sebagai jaminan bahwa produk yang dipasarkan telah terbukti halal, melainkan juga sebagai strategi untuk memperoleh keuntungan dari segi ekonomis bagi produsen seperti halnya mampu meningkatkan kepercayaan konsumen karena produk telah terjamin kehalalannya, memiliki nilai USP (*Unique selling point*), serta mampu meningkatkan trend pasar halal global (Faridah, 2019).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa tingkat pengetahuan, persepsi, dan sikap masyarakat Jawa Timur terhadap kehalalan obat masing-masing memiliki nilai rata-rata 82%, 82%, dan 83%. Sehingga secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan, persepsi, dan sikap masyarakat termasuk dalam kategori baik.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ms. Saleha Sadeeqa, tim peneliti, responden, dan semua pihak yang telah bersedia berpartisipasi dan mendukung dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

[MUI] Majelis Ulama Indonesia (2018) Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 10 Tahun 2018 Tentang *Produk Makanan dan Minuman yang Mengandung Alkohol/Etanol*. Jakarta: Fatwa MUI.

- [UU] Undang-Undang Republik Indonesia (2014) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang *Jaminan Produk Halal*. Jakarta: Kementerian RI.
- 'Afifi, M. (2015) Halal Pharmaceutical. *The Social Science*. **10**(4): 490-498.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedure Penelitian: Satu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Asmak, A. (2015) Is Our Medicine Lawful (Halal)?. *Middle-East Journal of Scientific Research*. **23**(3): 367-373
- Bulan, T.P.L., Fazrin, K., & Rizal, M. (2017) Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Lagsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. **6**(2): 729-739.
- Darmawan, D. (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Faridah, H.D. (2019) Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research*. **2**(2): 68-78.
- Fauziah. 2012. Perilaku Komunitas Muslim dalam Mengonsumsi Produk Halal di Provinsi Bali. *Jurnal Multikultural dan Multi Religius*. **11**(2).
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merk dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hijriawati, M., Putriana, N.A., & Husni, P. (2018). Upaya Farmasis dalam Implementasi UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. *Farmaka*. **16**(1).
- Hudaefi, D., Martin, S., & Ahmad, J.S.A. 2021. Kepastian Hukum Sertifikais Halal pada Obat-Obatan Dikaitkan dengan Jaminan Produk Halal. *Jurnal Living Law*. **13**(2): 122-131.
- Kumalasari, R. (2019) Pengaruh Harga dan Label Halal terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Herbal Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI). *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo.
- Muiz, A. (2020) Landasan dan Fungsi Al-Qawa'id Al-Fiqhiyyah dalam Problematika Hukum Islam. al-Afkar: *Journal of Islamic Studies*. **3**(1): 103-114.
- Notoatmodjo, S. (2010) *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Notoatmodjo, S. (2012) *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. (2013) *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. (2018) *Metode Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Purwanti, D.R., (2017). Pengetahuan, Persepsi, dan Sikap Konsumen terhadap Kehalalan Obat di Kabupaten Banyumas. *Skripsi*. Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Putriana, N.A. (2016). Apakah Obat yang Kita Konsumsi Saat Ini Sudah Halal ?. *Majalah Farmasetika*. **1**(4).
- Raheem, A. (2018) Identifikasi Kandungan Alkohol dalam Obat di Apotek melalui Pengamatan pada Kemasan Sekunder. *Journal of Halal Product and Research*. **1**(2).
- Rahma, M. (2015) Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal Bagi Konsumen. *Justitia Islamica*. **10**(2): 360-390.
- Setiyani, R. (2010) Pemanfaatan Internet sebagai Sumber Belajar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan*. **V**(2): 117-133.
- Simora, B. (2002) *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Mc. Graw Hill.
- Syafrida. (2016) Sertifikat Halal pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim. *Adil: Jurnal Hukum*. **7**(2): 159-174.
- Syahrir, A. (2019) Perilaku Apoteker terhadap Labelisasi Halal pada Sediaan Farmasi. *Journal of Halal Product and Research*. **2**(1).
- Zani, A.V.R., Deranto, P., & Effendi, M. (2013) Analisis Pengaruh Label Halal dan Aman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Malang. *Jurnal*. **1**(2).



Copyright © 2020 The author(s). You are free to **Share** — copy and redistribute the material in any medium or format. **Adapt** — remix, transform, and build upon the material. Under the following terms: **Attribution** — You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made. You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use. **NonCommercial** — You may not use the material for commercial purposes. **ShareAlike** — If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. **No additional restrictions** — You may not apply legal terms or technological measures that legally restrict others from doing anything the license permits.