

**MENKKAJI FAKTOR-FAKTOR PEMBELIAN PRODUK HALAL  
DALAM KALANGAN PENDUDUK MUSLIM DI  
PERMATANG PAUH, PULAU PINANG**

<b>10DPM14F2001</b>	<b>NUR AMIRA FARHANA BT SELAIMAN</b>
<b>10DPM14F2007</b>	<b>QATRUNNADA SYAMIMI BT ABDUL GHANI</b>
<b>10DPM14F2011</b>	<b>FATIN NABILAH BT A'ZHARI</b>
<b>10DPM14F2019</b>	<b>JEGADESWARI A/P PARAMESVARAN</b>
<b>10DPM14F2027</b>	<b>NOR SYUHADAH BT SOFFIAN</b>
<b>10DPM14F2075</b>	<b>THONG SHIAN XUAN</b>

**LAPORAN INI DIKEMUKAKAN UNTUK MEMENUHI  
SEBAHAGIAN DARIPADA SYARAT MEMPEROLEH  
DIPLOMA PENGAJIAN PERNIAGAAN**

**JABATAN PERDAGANGAN**

**POLITEKNIK SEBERANG PERAI**

**DISEMBER 2016**

## SENARAI KANDUNGAN

PERKARA	MUKA SURAT
PENGESAHAN LAPORAN PROJEK	I
PENGAKUAN	II
PENGHARGAAN	IV
ABSTRAK	VI
ABSTRAC	VII
<b>BAB 1</b>	<b>Pengenalan</b>
1.1	Pendahuluan 1
1.2	Latar Belakang Masalah 1
	1.2.1 Isu Halal Jakim 3
1.3	Penyataan Masalah 4
1.4	Objektif Kajian 7
1.5	Persoalan Kajian 7
1.6	Skop Kajian 8
1.7	Kepentingan Kajian 8
	1.7.1 Kepentingan terhadap Pihak Pengurusan JAKIM 8
	1.7.2 Kepentingan terhadap Penduduk Islam 8
	1.7.3 Kepentingan terhadap pengkaji akan datang 9
1.8	Definisi Operasi 9
	1.8.1 Makanan Halal 9
	1.8.2 Keprihatinan 10
	1.8.3 Pemasaran 10
	1.8.4 Keyakinan 11
1.9	Limitasi Kajian 11
	1.9.1 Masa Terhad 11

	1.9.2 Kekangan Kewangan	12
<b>BAB 2</b>	<b>SOROTAN KAJIAN</b>	
2.1	Pendahuluan	13
2.2	Keperihatinan	13
2.3	Pemasaran	14
2.4	Keyakinan	15
	Rajah 1: Kerangka Kajian	17
<b>BAB 3</b>	<b>METODOLOGI</b>	
3.1	Pendahuluan	18
3.2	Reka bentuk kajian	18
3.3	Kaedah Pengumpulan Data	19
	3.3.1 Data Primer	19
	3.3.2 Data Sekunder	19
3.4	Populasi dan Sampel	20
3.5	Instrumen kajian	20
	3.5.1 Bahagian A	21
	3.5.2 Bahagian B	21
	3.5.3 Bahagain C	21
	3.5.4 Bahagian D	21
3.6	Tatacara Kajian	22
	Langkah 1 : Mengenalpasti Masalah Atau Isu Kajian	23
	Langkah 2 : Menetapkan Objektif Kajian	23
	Langkah 3 : Mengedarkan ( Pilot Test)	23
	Langkah 4 : Mengedarkan Borang Soal Selidik kepada Responden	23

	Langkah 5 : Kutipan Borang	24
	Langkah 6 : Menganalisis Data dan Maklumat	24
	Langkah 7 : Perbincangan	24
	Langkah 8 : Kesimpulan dan Cadangan	24
3.7	Kaedah Penganalisaan Data	25
	3.7.1 Ujian Kebolehpercayaan Data	26
	3.7.2 Ujian Min dan setiap Item Terkumpul	26
<b>BAB 4</b>	<b>KEPUTUSAN KAJIAN</b>	
4.1	Pendahuluan	27
4.2	Analisa Kebolehpercayaan Data	28
4.3	Dapatan Kajian	
	4.3.1 Bahagian A : Latar Belakang Responden	28
	4.3.1.1 Taburan responden mengikut jantina	29
	4.3.1.2 Taburan responden mengikut umur	30
	4.3.1.3 Taburan responden mengikut bangsa	31
	4.3.1.4 Taburan responden mengikut kategori pekerjaan	32
	4.3.1.5 Taburan responden mengikut pendapatan	33
	4.3.2 Bahagian B: Keprihatinan, Bahagian C: Pemasaran, Bahagian D: Keyakinan	34
	Bahagian B: Analisis soalan berkaitan pembelian produk makanan halal di kalangan penduduk Muslim Permatang Pauh, Pulau Pinang dari faktor keprihatinan.	35
	Bahagian C: Analisis soalan berkaitan pembelian produk makanan	37

halal di kalangan penduduk Muslim  
Permatang Pauh, Pulau Pinang dari  
faktor pemasaran.

Bahagian D: Analisis soalan berkaitan

pembelian produk makanan 38

halal di kalangan penduduk Muslim  
Permatang Pauh, Pulau Pinang dari  
faktor keyakinan.

## **BAB 5 PERBINCANGAN, CADANGAN DAN KESIMPULAN**

5.1	Pendahuluan	40
5.2	Perbincangan	41
5.3	Implikasi	43
5.4	Cadangan	44
	5.4.1 Cadangan Kepada Penduduk Muslim di Permatang Pauh, Pulau Pinang	45
	5.4.2 Cadangan Kepada Pihak Berwajib	
	i) Menyediakan Kemudahan Pendidikan dan Bimbingan	46
	ii) Memantau Permasalahan Masyarakat dan Penguatkuasaan Undang-Undang yang lebih ketat	47
	5.4.3 Cadangan Kepada Bakal Penyelidik Akan Datang	48
	5.4.4 Cadangan Kepada Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM)	48
5.5	Kesimpulan	49

Bibliography


Lampiran

**PENGESAHAN LAPORAN PROJEK**

Laporan projek bertajuk “Mengkaji Faktor-Faktor Pembelian Produk Makanan Halal Dalam Kalangan Penduduk Muslim di Permatang Pauh, Pulau Pinang” ini telah dikemukakan, disemak serta disahkan sebagai memenuhi syarat dan keperluan penulisan projek seperti yang telah ditetapkan.

**Disemak oleh:**

Nama Penyelia : PUAN SALINAH BT. SALLEH

Tandatangan Penyelia : 

Tarikh : 6/4/2017

**Disahkan oleh:**


Nama Pensyarah Kursus : PUAN NOR HATIZAL BT. AMARUL SHAH


Tandatangan Pensyarah Kursus:


Tarikh :


## PENGAKUAN


Saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya.


1. Tandatangan :   
Nama : QATRUNNADA SYAMIMI BT. ABDUL GHANI  
No. Pendaftaran : 10DPM14F2007  
Tarikh : 6 APRIL 2017.

2. Tandatangan :   
Nama : NOR SYUHADAH BT SOFFIAN  
No. Pendaftaran : 10DPM14F2027  
Tarikh : 6 APRIL 2017

3. Tandatangan :   
Nama : FATIN NABILAH BT. A'ZHARI  
No. Pendaftaran : 10DPM14F2011  
Tarikh : 6 APRIL 2017

4. Tandatangan :   
Nama : JEGADESWARI A/P PARAMESVARAN  
No. Pendaftaran : 10DPM14F2019  
Tarikh : 6 APRIL 2017

5. Tandatangan :   
Nama : NUR AMIRA FARHANA BT. SELAIMAN  
No. Pendaftaran : 10DPM14F2001  
Tarikh : 6/4/2017

6. Tandatangan :   
Nama : THONG SHIAN XUAN  
No. Pendaftaran : 10DPM14F2075  
Tarikh : 6/4/2017

## PENGHARGAAN

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah Tuhan sekalian alam. Tuhan yang telah mengutuskan seorang nabi yang menjadi asbab rahmat sekalian alam, Nabi Muhammad s.a.w. Ya Allah, berilah segala pujiMu kepada ahli keluarga baginda, para sahabatnya dan pengikut sunnahnya sehingga hari kiamat. Setinggi kesyukuran dipanjatkan ke hadrat Allah SWT atas limpah dan rahmatNya, memberikan nikmat Islam dan Iman kepada kita semua. Begitu juga dengan rezeki yang dikurniakan dan kesihatan diri yang baik bagi meneruskan tugas sebagai khalifah Allah di atas muka bumi ini. Alhamdulillah, bersyukur ke hadrat Ilahi dengan limpah kurniaNya kami sekumpulan telah sempurna menyelesaikan kajian ini dalam tempoh yang telah ditetapkan. Di kesempatan ini juga kami merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan bersyukur ke hadrat Ilahi dengan limpah kurnianya kami dapat menyempurnakan kajian mengenai mengkaji faktor-faktor pembelian produk makanan halal dalam kalangan penduduk Muslim di Permatang Pauh, Pulau Pinang.

Setinggi-tinggi penghargaan juga diucapkan kepada Puan Salinah Bt Salleh kerana memberi peluang serta tunjuk ajar kepada kami dalam menyempurnakan kajian ini. Beliau banyak membantu kami dalam memberikan cadangan dan pendapat yang bernas dalam menyelesaikan kajian ini. Selain itu, beliau sudi memberikan tunjuk ajar yang amat memberangsangkan sepanjang kami menyempurnakan kajian ini. Segala tunjuk ajar yang diberikan amat dihargai dan akan dijadikan sebagai satu pengalaman serta panduan untuk digunakan pada masa hadapan. Tidak ketinggalan juga, terima kasih diucapkan kepada rakan-rakan seperjuangan DPM5A sesi Disember 2016 yang banyak memberi input tambahan dan cadangan penambahbaikan serta rakan-rakan sekumpulan yang banyak memberi kerjasama dalam menjayakan kajian ini.

Akhir sekali, kami mengucapkan jutaan terima kasih sekali lagi kepada pihak yang terlibat secara langsung mahupun tidak langsung di atas sumbangan yang diberikan dan semua yang turut membantu, memberi tunjuk ajar, nasihat, sokongan dan dorongan yang diberikan. Tanpa tunjuk ajar daripada mereka kami mungkin tidak dapat menyempurnakan kajian ini dengan jayanya. Sekian, terima kasih.

## ABSTRAK

Kajian ini dilaksanakan bagi tujuan untuk mengkaji faktor-faktor pembelian produk makanan halal dalam kalangan penduduk Muslim di Permatang Pauh, Pulau Pinang. Pengkaji akan mengkaji tentang objektif kajian iaitu faktor keprihatinan, pemasaran dan keyakinan sama ada mempengaruhi masyarakat terhadap produk makanan. Selain itu, kami akan menggunakan kaedah diskriptif iaitu dengan mengedarkan borang soal selidik bagi mendapatkan sesuatu data atau maklumat maklum balas daripada responden mengenai produk makanan yang terbahagi kepada empat bahagian iaitu Bahagian A, Bahagian B, Bahagian C dan Bahagian D. Responden kajian yang akan terlibat ialah terdiri daripada 100 orang iaitu penduduk Muslim di Permatang Pauh, Pulau Pinang. Kaedah yang akan digunakan dalam pengumpulan data ialah kaedah persampelan mudah (*convenience*) iaitu dengan mengedarkan borang soal selidik kepada penduduk Muslim di Permatang Pauh, Pulau Pinang secara rawak. Akhir sekali, pengkaji akan menjalankan ujian statistic dimana ianya melalui keputusan responden dengan menggunakan perisian *Statistical Packaging of Social Sciences* (SPSS) dalam penganalisan data. Hasil dapatan kajian, purata min skor bagi faktor keprihatinan ialah 4.44. Untuk hasil dapatan kajian bagi faktor pemasaran ialah 4.10 manakal untuk faktor keyakinan ialah 4.22.

## ABSTRAC

This study was conducted for the purpose of studying the factors of halal food products among the Muslim population in Permatang Pauh, Penang. Researchers will examine the objectives of the study concerns the factors, marketing and beliefs influence whether people on food products. In addition, we will use the descriptive method by distributing questionnaires to obtain data or information of any feedback from respondents on food products which are divided into four parts namely Part A, Part B, Part C and Part D. The respondents will be involved is made up of 100 people that the Muslim population in Permatang Pauh, Penang. The method to be used in data collection is easy sampling method (convenience) that is by distributing questionnaires to Muslim residents in Permatang Pauh, Penang random. Finally, the researcher will carry out a test statistic which is through the results by using Statistical Package for Packaging of Social Sciences (SPSS) in analyzing the data. The findings of the study, mean scores for the factors of concern is 4:44. The findings of the marketing factor was 4.10 while for the confidence factor is 4:22.

## **BAB 1**

### **PENGENALAN**

#### **1.1 PENDAHULUAN**

Kajian ini adalah berkaitan tinjauan terhadap faktor-faktor pembelian produk makanan halal dalam kalangan penduduk Muslim di Permatang Pauh, Pulau Pinang. Kajian ini merangkumi tiga faktor iaitu faktor keprihatinan, faktor pemasaran dan faktor keyakinan. Oleh itu, Bab 1 ini menghuraikan berkaitan latar belakang pembelian produk makanan halal, pernyataan masalah, objektif kajian, persoalan kajian, skop kajian, kepentingan kajian, defnisi operational dan limitasi dalam menjalankan kajian.

#### **1.2 LATAR BELAKANG MASALAH**

Dalam dunia semakin moden pada masa kini, manusia sudah semakin bijak setelah muncul pelbagai teknologi baru untuk memenuhi tuntutan fitrah manusia yang inginkan pembaharuan. Hasilnya pelbagai gabungan sumber bahan mentah, bahan kimia dan sebagainya yang tidak diketahui status halalnya. Setiap makanan yang manusia nikmati ia akan menjadi darah daging dalam badan manusia. Setiap manusia yang

beragama Islam perlu memakan makanan yang telah dihalalkan oleh syarak (Yasim, 2011).

Halal, haram, syubhah, makruh merupakan perkara asas yang sering mempunyai kaitan dengan kehidupan umat Islam seharian. Namun, sering ditegaskan oleh agama tentang dua perkara utama iaitu halal dan haram. Menurut (Suradi, Alias, Ali, & Abidin, 2015) halal dan haram itu menjadi sesuatu yang penting untuk kita pelajari dalam menjalani kehidupan kita seharian. Islam amat mengalakkan umatnya mengambil makanan yang halal sebagaimana firman Allah yang bermaksud:

**“Wahai sekalian manusia! Makanlah sebahagian makanan yang ada di bumi ini, yang halal dan baik, dan janganlah kamu menuruti jejak langkah syaitan, sesungguhnya syaitan itu musuh kamu yang nyata’ (surah Al-Baqarah: ayat 168).**

Seringkali kita mendengar berita serta melihat di dada-dada akhbar tentang produk-produk di pasaran yang status halalnya kurang jelas. Negara Malaysia ini majoriti masyarakat melayu, maka produk makanan terutamanya yang berstatus halal amat penting bagi yang beragama Islam. Seharusnya masyarakat melayu mempunyai hak untuk mendapatkan informasi yang tepat mengenai status halal sesuatu produk. Selain itu, untuk mengelakkan kekeliruan pengguna terhadap status halal tentang produk yang digunakan, maklumat atau informasi halal perlu dinyatakan dengan jelas pada pembungkusan produk. Rungutan pengguna juga melibatkan status halal yang terdapat di restoran dan kedai makanan terutama sekali yang dimiliki oleh orang bukan Islam (Z. Hasan, 2010).

Sikap pengguna Islam yang meneliti terlebih dahulu bahan asas atau kandungan yang berada di pembungkusan produk makanan tersebut tidak menjanjikan kewajaran ianya adalah suci dan halal dari kacamata Islam. Tambahan pula, sebahagian bahan asas dan

kandungan makanan ditulis dengan nama saintifik yang sukar untuk dikenalpasti mahupun difahami samada sumber bahan daripada produk makanan tersebut dari haiwan ataupun tumbuhan (Ahmad, Mohd Noor, & Fitri, 2014).

Penentuan halal dan haram melalui logo tanda halal belum tentu dapat menepis perasaan was-was terhadap produk makanan tersebut, sekiranya pengguna Islam masih belum mempercayai seratus peratus akan kesucian pada setiap pemprosesan yang terlibat dari awal penyediaan sehingga kepada pengiktirafan logo halal dan suci diberikan. Menurut Arkib (Utusan Online, Januari 2001) berkata sejak kebelakangan ini, telah timbul isu para pembeli berasa kekeliruan terhadap logo halal yang dipamerkan di produk-produk yang berada di pasaran kerana terdapat pelbagai jenis logo halal. Keadaan ini sama juga boleh dilihat di kedai-kedai makanan dan restoran. Logo halal ini sering dilihat di kedai makanan dan restoran. Tetapi menjadi persoalan yang manakah logo tanda halal yang boleh diyakini. Menurut Pengarah Penyelidikan Jakim, Mustafa Abdul Rahman meminta umat Islam harus memastikan logo halal pada produk makanan ini dikeluarkan oleh pihak Jakim.

### 1.2.1 ISU HALAL JAKIM

Menurut (Mohd Amri, 2015) terdapat beberapa fitnah yang diterima oleh pihak Jakim mengenai produk makanan yang pernah menjadi isu tentang bahan yang digunakan antara halal atau tidak. Walaupun isu terhadap produk-produk makanan ini telah berlalu selama lima tahun dan telah melakukan siasatan tetapi isu ini masih lagi menjadi isu kontroversi dan diviralkan melalui saluran-saluran telekomunikasi. Apabila isu terhadap produk makanan halal ini diviralkan, maka akan menjadi kegelisahan terhadap masyarakat terutama yang beragama Islam yang cukup sensitif terhadap produk-produk makanan yang status halalnya kurang jelas. Contohnya, nombor E yang terdapat pada bungkusan

makanan yang mengatakan nombor-nombor tersebut adalah melambangkan bahan yang diletakkan dalam makanan tersebut. Walhal, nombor itu telah dijadikan sebagai label makanan di Negara Kesatuan Eropah, Australia, New Zealand, Amerika Utara terutama Kanada.

Di samping itu, berdasarkan (Don, 2017) susulan terdapat beberapa isu halal terhadap produk makanan, Jakim telah menegaskan bahawa umat Islam disarankan untuk lebih berhati-hati ketika memilih atau membeli produk makanan yang terdapat pengesahan dari pihak Jakim sahaja. Apabila pengguna berasa keliru terhadap logo halal yang berada dipamerkan pada bungkusan makanan tersebut, maka sebagai pengguna hendaklah merujuk kepada Bahagian Halal, Jakim terlebih dahulu.

Selain itu, berita telah digemparkan dengan produk makanan yang sekian lama di pasaran di pasaran Malaysia iaitu coklat Toblerone serta Daim yang mengatakan bahawa produk ini tiada logo halal dari pihak Jakim. Menurut Unit Hal Ehwal Korporat Bahagian Hab Halal berkata, coklat tersebut bukanlah pemegang Sijil Pengesahan Halal Malaysia atau mana-mana badan pensijilan halal luar negara yang diiktiraf oleh Jakim (Adam, 2016).

### **1.3 PENYATAAN MASALAH**

Berdasarkan isu yang dibincangkan di bahagian latar belakang menunjukkan bahawa isu halal haram ini sering diperkatakan oleh pengguna. Apabila makanan di pasaran ini menjadi isu tentang kontroversi halal dan haram yang masyarakat focus maka mereka mula akan menyebarkan fitnah. Antara faktor yg menyebabkan isu ini sentiasa diperkatakan ialah keprihatinan, pemasaran dan keyakinan.

Seperti yang kita tahu, individu yang beragama Islam merupakan individu yang sangat prihatin terhadap setiap makanan yang dipasarkan di pasaran. Tetapi sejauh manakah keprihatinan mereka itu? Menurut (Haji Mustafa, 2013) Negara Brunei sangat mengambil berat terhadap isu makanan halal ini. Dalam Bahagian Kawalan Makanan Halal (BKMH) telah ditubuhkan demi menyahut titah Kebawah Duli Yang Maha Mulia Paduka Seri Baginda Sultan Haji Hassanal Bolkiah Mu'izzaddin Waddaulah yang telah disampaikan pada 15 Julai 1997. Dengan penguatkuasaan Akta Daging Halal 1998, Akta Kesihatan Awam ( Makanan ) 1998 dan Perintah Sijil Halal dan Label Halal 2005, BKMH bertanggungjawab mengatasi segala pemakanan halal di negara ini terutamanya daging mentah samada ia dari tempatan atau import (Kementerian Hal Ehwal Ugama 2011: Bahagian Kawalan Makanan Halal).

Produk makanan halal mempunyai satu potensi yang luas untuk berkembang di pasaran. Tetapi perasaan was-was terhadap produk makanan halal juga timbul apabila terdapat segelintir pengeluar ini sekadar memandang keuntungan semata-mata sehinggakan pengeluar sanggup mencampurkan bahan-bahan yang telah dilarang oleh Allah S.W.T ke dalam produk makanan tersebut (Sanep Ahmad, Hairunnizam Wahid, 2007). Masyarakat Muslim ini akan memandang bagaimana pemasaran produk tersebut. Produk makanan yang mempunyai latar belakang pemasaran yang baik ini dapat menyingkirkan perasaan was-was pengguna. Tetapi adakah dengan hanya melihat kepada pemasaran produk makanan tersebut dapat menjamin halalnya produk itu? Menurut laporan Dewan Perniagaan dan Industri Dubai, pasaran makanan dan minuman halal global akan berkembang kepada AS\$1.6 trilion (RM6.3 trilion) menjelang tahun 2018 iaitu peningkatan sebanyak AS\$1.1 trilion ( RM4.3 trilion ) berbanding tahun 2013(Utama, 2008).

Sijil Pengesahan halal dan logo halal merupakan satu pengiktirafan yang menunjukkan halalnya sesuatu hasil pemakanan, minuman dan bahan yang digunakan untuk orang Islam yang mengikut hukum syarak. Tujuannya adalah untuk meyakinkan pengguna dan

sebarang keraguan yang timbul bagi pengguna yang beragama Islam berkaitan kehalalan atau kesucian makanan, minuman dan bahan-bahan tersebut yang dikeluarkan (Omar, 2007). Pengguna tidak akan berasa was-was malah pengguna akan berasa yakin jika terdapat logo halal pada setiap pembungkusan di produk makanan tersebut atau terdapat sijil halal yang dipamerkan di restoran-restoran makanan terutama yang dibuka oleh bukan beragama Islam. Tetapi adakah dengan logo halal atau sijil halal dapat meyakinkan pengguna?

Logo halal dan sijil halal pada mulanya hanya wujud di negara Malaysia sahaja kerana untuk mengelak sebarang keraguan terhadap produk makanan tersebut bagi yang beragama Islam. Namun begitu, para pengeluar pada setiap negara sudah tentu tahu bahawa pentingnya logo halal dan sijil halal dalam perniagaan mereka untuk memenangi hati pengguna. Oleh itu, Jakim telah memperkenalkan logo halal yang mengikut standard di seluruh negara. Melalui logo halal ini dapat mengelak kekeliruan yang timbul pada pengguna kerana setiap jabatan agama Islam negeri-negeri mengeluarkan logo halal yang mempunyai identiti tersendiri. Pengguna perlu tahu bahawa logo halal mengandungi perkataan halal dalam tulisan Arab-jawi dan perkataan Malaysia dalam Rumi. Perbezaan logo halal di setiap negeri berdasarkan kod nombor mengikut nombor pengenalan yang digunakan oleh setiap negeri di Malaysia (Rahman, 2004).

Melihat kepada permasalahan ini, pengkaji merasakan satu kajian perlu dilakukan kepada penduduk-penduduk Muslim di sekitar Permatang Pauh untuk mengetahui faktor pembelian produk makanan yang berada di pasaran. Dengan ini, penyelidik ingin menjalankan kajian kepada penduduk Muslim Permatang Pauh mengenai faktor pembelian produk makanan halal.

#### **1.4 OBJEKTIF KAJIAN**

Kajian ini dijalankan bagi memenuhi objektif-objektif berikut:

- 1) Mengenal pasti faktor keprihatinan menyebabkan penduduk Muslim di Permatang Pauh membeli produk makanan halal.
- 2) Mengenal pasti faktor pemasaran menyebabkan penduduk Muslim di Permatang Pauh membeli produk makanan halal.
- 3) Mengenal pasti faktor keyakinan menyebabkan penduduk Muslim di Permatang Pauh membeli produk makanan halal.

#### **1.5 PERSOALAN KAJIAN**

- 1) Adakah faktor keprihatinan menyebabkan penduduk Muslim di Permatang Pauh membeli produk makanan halal?
- 2) Adakah faktor pemasaran menyebabkan penduduk Muslim di Permatang Pauh membeli produk makanan halal?
- 3) Adakah faktor keyakinan menyebabkan penduduk Muslim di Permatang Pauh membeli produk makanan halal?

#### **1.4 OBJEKTIF KAJIAN**

Kajian ini dijalankan bagi memenuhi objektif-objektif berikut:

- 1) Mengenal pasti faktor keprihatinan menyebabkan penduduk Muslim di Permatang Pauh membeli produk makanan halal.
- 2) Mengenal pasti faktor pemasaran menyebabkan penduduk Muslim di Permatang Pauh membeli produk makanan halal.
- 3) Mengenal pasti faktor keyakinan menyebabkan penduduk Muslim di Permatang Pauh membeli produk makanan halal.

#### **1.5 PERSOALAN KAJIAN**

- 1) Adakah faktor keprihatinan menyebabkan penduduk Muslim di Permatang Pauh membeli produk makanan halal?
- 2) Adakah faktor pemasaran menyebabkan penduduk Muslim di Permatang Pauh membeli produk makanan halal?
- 3) Adakah faktor keyakinan menyebabkan penduduk Muslim di Permatang Pauh membeli produk makanan halal?

## **1.6 SKOP KAJIAN**

Kajian yang sedang dijalankan ini bertajuk mengkaji faktor-faktor pembelian produk makanan halal dalam kalangan penduduk Muslim sekitar Permatang Pauh. Kajian ini tertumpu ke atas 100 orang penduduk Muslim sekitar Permatang Pauh. Maklumat dan data yang diperolehi hanya melalui borang soal selidik yang telah diedarkan kepada para responden. Skop kajian kami tertumpu kepada beberapa faktor antaranya dari segi faktor keprihatinan, faktor pemasaran, dan akhir sekali faktor keyakinan.

## **1.7 KEPENTINGAN KAJIAN**

Kajian yang dijalankan ini mempunyai beberapa kepentingan terutamanya kepada:

### **1.7.1 Kepentingan Kepada Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (Jakim)**

Kepentingan kajian ini kepada pihak Jabatan Kemajuan Islam Malaysia ( JAKIM ) adalah pihak JAKIM akan perolehi maklumat dan dapat membuat penambahbaikan dalam memeriksa sesuatu produk yang syarikat keluarkan dan pengawalan terhadap produk makanan baru yang dipasarkan oleh pengeluar supaya produk yang mereka keluarkan tersebut disahkan dan dijamin halal untuk di makan .

### **1.7.2 Kepentingan Kepada Penduduk Muslim Di Permatang Pauh, Pulau**

#### **Pinang**

Kepentingan kajian ini juga dapat memberi kesedaran kepada penduduk Muslim tentang status halal terhadap produk yang sedia ada di pasaran. Selain itu, melalui kajian yang dijalankan ini mereka juga diberi peluang untuk menyuarakan pandangan dan memberi cadangan kepada pihak pengurusan.

### **1.7.3 Kepentingan Kepada Pengkaji Akan Datang**

Kepentingan kajian yang seterusnya ialah para pengkaji akan dapat membuat kajian lanjut dengan melihat aspek-aspek lain serta responden yang lebih meluas. Selain itu, melalui kajian yang dilaksanakan ini, sedikit sebanyak boleh memberi gambaran sebenar kepada pengkaji-pengkaji akan datang yang ingin mengkaji skop kajian yang berbeza mengenai pembelian produk makanan halal di negara kita.

## **1.8 DEFINISI OPERASIONAL**

Definisi operasional ini bertujuan untuk menyokong tajuk kajian ini dan penggunaan istilah ini adalah untuk mengelakkan dari memahami kajian ini dari segi pendapat yang berbeza seperti mana yang dikehendaki dalam sesuatu kajian.

### **1.8.1 Makanan Halal**

Menurut Yang Dipertua Gabungan Ikhtisas dan Usahawan Bumiputera Anak Selangor (GIBS), Dr. Hj. Muhammad Arif B. Mohd Hashim, dari segi hukum menurut perspektif Islam, kesemua jenis makanan di bumi ini merupakan halal dimakan kecuali beberapa jenis yang telah terang-terang diharamkan oleh ALLAH SWT dan Rasul-Nya. Bagaimanapun, oleh kerana industri makanan kebanyakan pengeluar orang bukan Islam, akan terjadi pengeluaran dan pendedaran makanan tidak halal itu terlalu banyak di pasaran dan akan menjatuhkan industri makanan halal. Kemajuan pesat teknologi dalam pemprosesan dan pengeluaran makanan menyebabkan makanan halal sentiasa terdedah kepada pencemaran najis tanpa disedari.

Terdapat berbagai bentuk pencemaran makanan halal di pasaran, terutama dari kaedah penyediaan makanan halal yang melibatkan kaedah penyembelihan, sumber bahan mentah, sumber ramuan, pemprosesan, pembungkusan, persekitaran dan sebagainya. Isu

pencemaran makanan halal melalui najis akan memberi kesan yang buruk kepada pengguna Islam kerana ia membabitkan kesucian terhadap agama Islam.

Mengikut hukum syarak cara pemprosesan juga perlulah dipastikan ia dilakukan dengan cara bersih, suci dan halal. Jika tidak, makanan berkenaan yang pada mulanya merupakan bahan mentah halal akhirnya boleh 'jatuh' ke dalam kategori makanan haram.

### **1.8.2 Keprihatinan**

Keprihatinan didefinisikan oleh (Fatler) sebagai tanggapan guru atau sesuatu yang dianggap sebagai masalah atau sesuatu yang selalu difikirkan oleh guru dan ingin membuat sesuatu terhadapnya. Melalui kajian yang dilakukan ini, keprihatinan mewakili perasaan, daya pemikiran serta keupayaan yang ditunjukkan oleh penduduk Muslim dalam membuat pembelian produk makanan halal.

### **1.8.3 Pemasaran**

Pemasaran ialah satu proses sosial dan pengurusan di mana individu atau kumpulan memenuhi keperluan dan kehendak mereka melalui penghasilan dan penukaran produk di kalangan mereka. Menurut Philip Kotler, pemasaran merupakan aktiviti manusia untuk memenuhi keperluan dan kehendak seseorang melalui proses pertukaran. Bukan sekadar mengenai jualan, tetapi juga melibatkan urusan-urusan sebelum jualan seperti kajian, pembangunan produk, kualiti produk, perletakan harga, pengagihan produk, pembungkusan, urusan selepas jualan, menyalurkan barangan dan perkhidmatan kepada pengguna akhir. Tujuannya ialah untuk mencari keuntungan di mana barang akan keluar apabila ada permintaan dan permintaan pula bergantung kepada keperluan dan kehendak pelanggan. Para pengeluar menggunakan saluran yang sesuai untuk mempromosikan produk mereka.

#### **1.8.4 Keyakinan**

Menurut Prof Dr. Muhaya Mohamad, keyakinan diri adalah suatu perkara yang berada dalam jiwa mahupun roh kita, dan bukan sesuatu perkara yang boleh membuatkan seseorang dinilai melalui mata kasar. Tetapi, seseorang itu dapat dinilai sama ada seseorang memiliki keyakinan diri atau tidak, dapat dinilai dari segi penilaian perwatakan, keperibadian dan penampilan seseorang. Tanda seseorang yang yakin kepada dirinya akan kelihatan berwajah tenang dalam apa-apa situasi sekali pun dan mampu senyum dengan senyuman yang ikhlas dari jiwa. Penampilan fizikalnya kemas dan teratur, sedap mata memandang dan dapat meyakinkan sesiapa sahaja. (Mohamad, 2017)

### **1.9 LIMITASI KAJIAN**

Bagi setiap pengkaji yang membuat kajian mengenai sesuatu isu yang timbul sudah semestinya akan menghadapi pelbagai batasan sepanjang menjalankan kajian tersebut. Walau bagaimanapun, apabila terdapatnya batasan semasa menjalankan kajian tersebut, setiap pengkaji haruslah bijak dalam menanganinya. Oleh itu, tidak terkecuali kami juga turut menghadapi beberapa batasan sepanjang menjalankan kajian kami yang bertajuk mengkaji faktor-faktor pembelian produk makanan halal dalam kalangan Muslim sekitar Permatang Pauh, Pulau Pinang. Antara batasan yang kami hadapi adalah seperti berikut:-

#### **1.9.1 Masa Terhad**

Para pengkaji harus mencari masa yang sesuai untuk berinteraksi dengan responden yang dikehendaki untuk mendapatkan maklumat yang dimahukan kerana ianya melibatkan kedua belah pihak antara pengkaji dan responden. Oleh demikian, para pengkaji perlu memastikan terlebih dahulu masa yang sesuai agar tidak mengganggu mana-mana

responden mereka pada masa yang tidak sepatutnya. Hal ini kerana, ia boleh menimbulkan perasaan terganggu mahupun rasa tidak selesa seterusnya memberi impak negatif kepada maklumat yang pengkaji perlukan. Selain itu juga, disebabkan pengkaji juga adalah seorang pelajar, maka responden juga dipilih di kawasan yang terdekat untuk memudahkan berkomunikasi dengan responden untuk memperolehi maklumat yang diperlukan berkaitan kajian yang sedang dijalankan ini.

### **1.9.2 Kekangan Kewangan**

Kewangan merupakan salah satu peranan yang sangat penting dalam menjalankan sesuatu kajian. Hal ini kerana, kewangan mampu membataskan setiap perjalanan para pengkaji untuk meneruskan kajian bagi mendapatkan informasi yang diperlukan. Setiap pengkaji haruslah bijak dalam mengendalikan kewangan supaya pembaziran dapat dielakkan. Oleh itu, kerana faktor kewangan yang terhad kami telah memilih responden yang berdekatan supaya kami dapat menjimatkan kos.

## **BAB 2**

### **SOROTAN KAJIAN**

#### **2.1 PENDAHULUAN**

Kajian ini adalah berkaitan tinjauan terhadap faktor-faktor pembelian produk makanan halal dalam kalangan penduduk Permatang Pauh, Pulau Pinang. Kajian ini merangkumi tiga faktor iaitu faktor keprihatinan, faktor pemasaran dan akhir sekali faktor keyakinan. Oleh itu, Bab 2 ini cuba merungkai faktor-faktor tersebut.

#### **2.2 KEPRIHATINAN**

Keprihatinan dalam kajian menjerumuskan kepada adakah para pembeli prihatin terhadap setiap pembelian produk makanan halal dikalangan penduduk Muslim di Permatang Pauh, Pulau Pinang. Keprihatinan terhadap produk makanan halal amat penting kepada masyarakat kerana apabila masyarakat sangat prihatin terhadap produk makanan halal yang dibeli ia dapat memberi kesihatan yang sihat dan baik. Sesetengah masyarakat Muslim gemar memandang remeh terhadap bahan yang digunakan dalam produk makanan yang dipasarkan di pasaran.

Kamus Dewan edisi ke-4 (Melayu, 2005) telah mendefinisikan bahawa keprihatinan itu merupakan kesungguhan seseorang itu menonjolkan minat atau mengambil perhatian pada seseorang atau sesuatu. Definisi ini membawa maksud seseorang itu sangat mengambil berat dan meneliti dahulu terhadap bahan yang digunakan untuk menghasilkan produk makanan tersebut. Bukan mudah untuk individu tersebut terus membeli makanan itu tanpa memeriksa atau meneliti bahan-bahan yang ada pada pembungkusan itu sendiri.

Oleh itu, memandangkan begitu banyak barangan yang meragukan status halal maka pilihan pengguna akan bergantung kepada keprihatinan pengguna sama ada pengguna prihatin atau tidak tentang status halalnya sesuatu produk makanan. Tetapi adakah sikap keprihatinan pengguna adalah sama dengan semua jenis produk makanan atau hanya sebahagian produk makanan sahaja?

Masyarakat selalu kaitkan logo halal itu untuk menentukan status halal makanan tersebut tetapi adakah tiada aspek lain selain logo halal seperti nama pengeluar atau bahan yang digunakan. Oleh itu kajian ini cuba merungkai sama ada pengguna ini sangat prihatin atau tidak tentang produk makanan yang akan dibeli di pasaran.

### **2.3 PEMASARAN**

Pemasaran merupakan salah satu aktiviti atau kegiatan utama yang dilakukan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan mereka iaitu mempertahankan kelangsungan hidup untuk berkembang. Pemasaran juga merupakan faktor penting dalam memenuhi kehendak pengguna. Untuk itu kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan kepada pengguna, jika syarikat tersebut menginginkan usahanya mencapai kejayaan atau menginginkan pengguna mempunyai pandangan yang baik terhadap prestasi syarikat.

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi keberhasilan suatu perusahaan. Terdapat falsafah dalam pemasaran yang disebutkan sebagai konsep pemasaran. Menurut Basu Swastha dan T. Hani Handoko (2000: 6) mendefinisikan konsep pemasaran sebagai konsep dimana pemasaran adalah sebuah falsafah perniagaan yang menyatakan bahawa kepuasan pengguna merupakan syarat ekonomi sosial bagi kejayaan hidup sesebuah perniagaan.

Definisi pemasaran menurut (Oktavita, Suharyono, & Hidayat, 2011) pemasaran membawa erti suatu proses perusahaan menciptakan sesuatu nilai kepada pelanggan dan membina hubungan yang kuat antara pelanggan. Dari definisi dia atas dapat menerangkan bahawa pemasaran ini merupakan satu platform yang jauh lebih luas dari penjualan.

Selain itu, seperti yang kita tahu Malaysia juga merupakan satu-satunya kerajaan Islam yang mengeluarkan sijil halal kepada pelbagai produk makanan halal. Logo halal Malaysia ini juga telah diiktiraf di seluruh dunia. Oleh itu, sebarang produk makanan dari pemasaran Malaysia ini seharusnya masyarakat tidak perlu untuk berasa ragu-ragu terhadap makanan yang dikeluarkan.

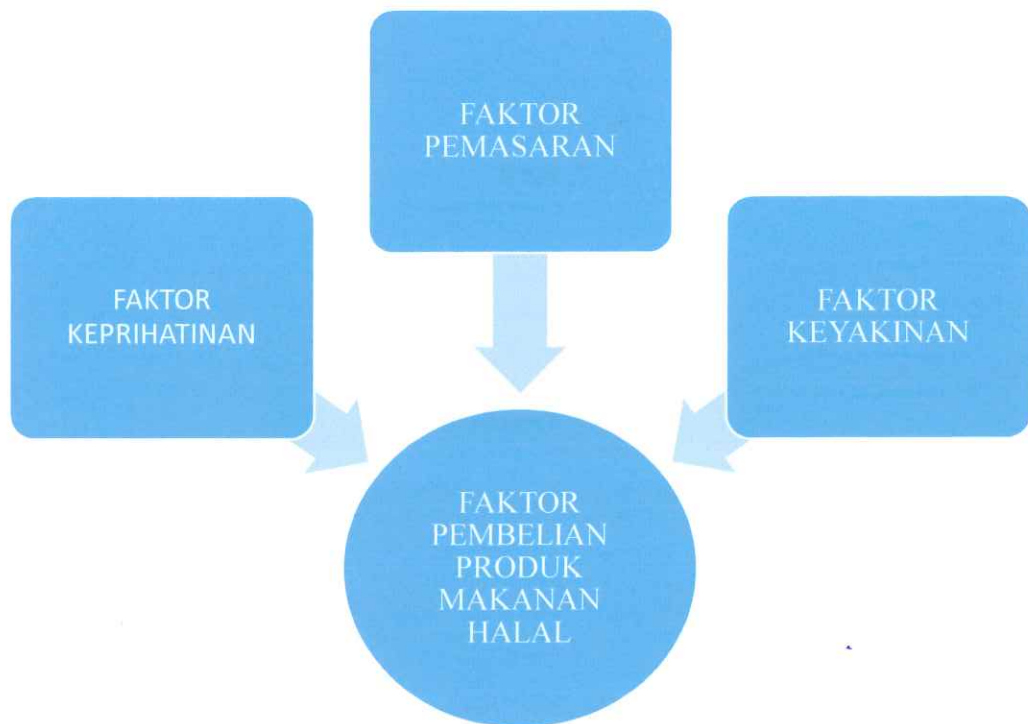
#### **2.4 KEYAKINAN**

Menurut Kamus Dewan ke 2 (Melayu, 1984), keyakinan bermaksud kepercayaan yang bersungguh-sungguh. Keyakinan merupakan satu sikap yang berada di dalam diri manusia. Keyakinan yang berada sanubari seseorang tidak selalunya benar dan keyakinan juga bukanlah jaminan kepada kebenaran. Jika tiada keyakinan di dalam diri seseorang, maka akan timbul perasaan was-was dan kita sering melakukan kesalahan dan kesilapan.

(Aziz & Musa, 2016) telah mendefinisikan keyakinan sebagai satu kepercayaan yang tidak dapat kita berbelah bagi. Apabila pengguna sudah yakin pada satu produk makanan yang dipasarkan sekaligus pengguna telah percaya terhadap produk makanan tersebut. Keyakinan dalam kajian pengkaji ini dapat dilihat dari segi pembeli ini yakin terhadap produk makanan halal yang dipasarkan dipasaran. Walaupun telah timbul beberapa isu halal atau haram yang berkaitan dengan beberapa produk makanan di pasaran Malaysia, para pembeli masih yakin terhadap produk makanan tersebut.

Keyakinan para pembeli membeli produk makanan halal yang pernah wujud isu berkaitan dengan halal atau haram makanan tersebut adalah mereka melihat kenyataan daripada pihak Jakim. Apabila pihak Jakim telah mengeluarkan kenyataan terhadap produk makanan yang pernah dijadikan isu itu adalah halal, maka para pembeli ini terus berasa yakin untuk membeli produk-produk makanan tersebut. Antara produk makanan yang pernah wujud isu adalah coklat Cadbury, Ramen serta coklat Daim dan Toblerone.

Di samping itu, keyakinan merupakan peranan yang amat penting bagi mempengaruhi pengguna untuk membuat keputusan pembelian terhadap sesuatu produk. JAKIM perlu memastikan masyarakat terutama masyarakat Islam yakin terhadap produk makanan yang dipasarkan di pasaran apabila berlaku isu-isu halal dan haram terhadap produk yang dipasarkan. Produk makanan yang dikeluarkan mengikut hukum syarak adalah penting dan ia memberi keyakinan kepada pengguna. Selain itu, pentingnya logo halal pada setiap bungkusan makanan kerana ia akan memberi keyakinan untuk masyarakat membelinya.



Rajah 1: Kerangka Faktor Pembelian Produk Makanan Halal

## **BAB 3**

### **METODOLOGI**

#### **3.1 PENDAHULUAN**

Bab ini membincangkan tentang kaedah, prosedur dan tatacara dalam mencari bahan-bahan yang bermutu dan sistematik di dalam kajian yang akan dijalankan. Hasil yang diperolehi daripada kajian yang akan dijalankan ini juga dapat membekalkan maklumat yang berkualiti kepada pihak yang berkaitan di dalam usaha untuk menyediakan satu kajian yang terbaik.

#### **3.2 REKABENTUK KAJIAN**

Pemilihan rekabentuk kajian yang sesuai adalah amat penting dalam membuat kajian. Rekabentuk penyelidikan ini bertujuan untuk mengenal pasti pendapat responden mengenai pandangan atau persepsi masyarakat tentang atau terhadap produk makanan. Dalam kajian ini, pengkaji menggunakan kaedah rekabentuk kajian kerana lebih mudah dijalankan dan kaedah ini dapat menghasilkan maklumat dengan tepat. Dengan menggunakan kaedah soal selidik, ia boleh membantu pengkaji dari segi menjadikan

borang soal selidik tersebut sebagai panduan kajian dan ia boleh menyenangkan pengkaji untuk membuat pentafsiran hasil penyelidikan yang dijalankan.

### **3.3 KAEDAH PENGUMPULAN DATA**

Bagi memastikan penyelidikan berjalan lancar, kajian ini dilakukan dengan menggunakan kaedah pengumpulan data melalui dua cara iaitu data primer dan data sekunder. Menurut (Jasmi, 2012), data ialah pengiraan ke atas ciri-ciri, kejadian, fakta atau ukuran ke atas sesuatu peristiwa yang boleh dikira.

#### **3.3.1 DATA PRIMER**

Data primer ialah data yang belum digunakan dan belum diproses. Data ini adalah data asal yang diperolehi daripada kaedah yang digunakan. Pengumpulan data dilakukan secara terstruktur ataupun boleh dikatakan secara taraf keformalan yang tinggi. Responden biasanya diberi informasi mengenai tujuan penelitian yang dilakukan. Sumber data primer kajian ini diperolehi daripada borang soal selidik yang diedarkan kepada pembeli produk makanan halal dalam kalangan penduduk Muslim sekitar Permatang Pauh.

#### **3.3.2 DATA SEKUNDER**

Data sekunder merupakan data tambahan atau sokongan yang didapati daripada keratan akhbar, internet, artikel, serta jurnal yang diperolehi daripada pelbagai sumber antaranya daripada perpustakaan Politeknik Seberang Perai.

### 3.4 POPULASI DAN SAMPEL

Pengkaji telah mengenalpasti kelompok individu yang ingin dikaji di mana pengkaji telah memilih sebanyak 100 orang responden yang terdiri daripada penduduk di Permatang Pauh, Pulau Pinang. Kaedah yang akan dipilih kaedah persampelan 'convenience'.

### 3.5 INSTRUMEN KAJIAN

Bagi menjalankan kajian ini, pengkaji menggunakan borang soal selidik sebagai instrumen kajian. Penggunaan borang soal selidik dalam tinjauan yang dibuat adalah untuk mendapat maklum balas dan pandangan daripada responden.

Pengkaji merekabentuk satu set borang soal selidik yang akan digunakan bagi mendapatkan maklumat dari responden yang dipilih. Borang soal selidik yang direkabentuk ini mempunyai empat bahagian iaitu Bahagian A, Bahagian B, Bahagian C dan Bahagian D. Soalan yang dikemukakan dalam bahagian ini adalah menggunakan Skala Likert. Oleh itu pengkaji menyediakan beberapa soalan yang berkaitan dengan tajuk kajian yang akan disoal dalam borang soal selidik. Markah bagi penggunaan Skala Likert adalah berikut:-

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Sederhana Setuju
4. Setuju
5. Sangat Setuju