

**LABEL STANDAR NASIONAL INDONESIA (SNI)
PERSPEKTIF MASLAHAT**

***INDONESIAN NATIONAL STANDARD LABEL (SNI)
BENEFITS PERSPECTIVE***

Lathifah A. Lanonci^{1*}, Syarif Nadjamudin², Ningsih K.³

¹Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Alkhairaat Palu

²Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Alkhairaat Palu

³Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Alkhairaat Palu

*Email:latifahal@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat aspek kemaslahatan dari analisis label SNI terhadap keputusan pembelian produk. Jenis penelitian yaitu penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data melalui kuesioner dan studi kepustakaan. Hasil pengujian yaitu 1) label SNI memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$, nilai t_{hitung} 5,916 $> 1,991$ nilai t_{tabel} , nilai R 0,557/55,7%, nilai R Square 0,310/31,0%, hasil persamaan regresi linear yaitu $Y=15,327+0,876X$ yakni nilai konstanta sebesar 15,327 dan nilai koefisien variabel X 0,876; 2) hasil tersebut menjelaskan bahwa konsumen (mahasiswa) memahami bahwa mencari kemaslahatan dengan melihat label SNI dari setiap produk sangatlah penting dalam rangka menjaga dirinya, orang lain dan lingkungan.

Kata Kunci : Label SNI, keputusan pembelian, masalah

ABSTRACT

This study aims to look at the maslahat aspects of the SNI label on product purchase decisions. This research used a quantitative field research design. The data were collected through questionnaires and library research. The results of this study 1) SNI label has a significant influence on purchasing decisions with a significant value $0,00 < 0,05$, t_{count} value 5,916 $> 1,991$ t_{table} value, R-value 0,557/55,7%, R Square value 0,310/31,0%, the results of the linear regression equation are $Y=15,327+0,876X$, namely the constant value of 15,327 and the variable coefficient of X 0,876; 2) these results explain that consumers (students) understand that looking for maslahat by looking at the SNI label of each product is very important to protect themselves, others and the environment.

Keywords : SNI Label, Purchase Decisions, Maslahat

A. PENDAHULUAN

Konsumsi secara umum dapat diketahui sebagai cara individu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Nilai guna barang dan jasa dihabiskan. Semakin tinggi nilai guna barang dan jasa maka semakin tinggi pula tingkat kepuasannya dan sebaliknya apabila nilai gunanya rendah maka rendah pula tingkat kepuasannya.

Manfaat yang didapatkan dalam mengonsumsi barang dan jasa dikenal dengan maslahat. Maslahat dapat diartikan sebagai manfaat yang diraih oleh manusia atau dengan kata lain terhindarnya manusia dari kemudaratan atau kerusakan. Hal ini bisa dilihat dengan terpenuhinya kebutuhan fisik, spiritual dan intelektual.

Seorang individu yang juga merupakan konsumen muslim berkewajiban membedakan barang atau jasa yang dikonsumsi. Hal tersebut bisa dilihat dari barang dan jasa tersebut merupakan kebutuhan (*need*) atau hanya keinginan (*want*). Keinginan (*want*) manusia adalah hal yang tidak terbatas dan cenderung terus bertambah dari waktu ke waktu dan berbeda dengan kebutuhan (*need*) yang jika tidak terpenuhi akan mengganggu kehidupan seorang individu.

Dalam mengonsumsi barang atau jasa, bagi seorang konsumen muslim perlu untuk mempertimbangkan mudarat yang bisa saja terjadi. Hal ini jika mudarat yang diterima setelah mengonsumsi barang dan jasa tersebut lebih besar dari manfaatnya maka perlu untuk dihindari karena akan berdampak buruk yang lebih besar baginya. Hal yang perlu dilakukan yaitu meninggalkannya dan mencari barang substitusi lain yang lebih baik.

Kemaslahatan manusia dapat terealisasi dalam lima unsur pokok yaitu terpeliharanya agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Pemenuhan kebutuhan barang dan jasa bertujuan untuk mendukung terpeliharanya kelima hal tersebut di atas.¹ Hal yang dicari bukan hanya manfaat dunia tetapi juga akhirat.

Demi melindungi jiwa masyarakat maka dibentuk Badan Standarisasi Nasional (BSN) dengan Keputusan Presiden No. 13 Tahun 1997. Kemudian disempurnakan dengan Keputusan Presiden No. 166 Tahun 2000 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Pemerintah Non Departemen sebagaimana telah beberapa kali diubah. Kemudian yang terakhir dengan Keputusan Presiden No. 103 Tahun 2001 bahwa Badan Standarisasi Nasional (BSN) merupakan Lembaga Pemerintah Non Departemen dengan tugas pokok mengembangkan dan membina kegiatan standarisasi di Indonesia.

Salah satu tugas Badan Standarisasi Nasional Indonesia (BSN) yaitu mengeluarkan Standar Nasional Indonesia (SNI) pada produk-produk yang beredar di masyarakat. Pembahasan khusus Standar Nasional Indonesia (SNI) di terbitkan oleh Peraturan Pemerintah No. 15 Tahun 1991 tentang Standar Nasional Indonesia dan Keputusan Presiden No. 12 Tahun 1991 tentang penyusunan, penerapan, dan pengawasan Standar Nasional Indonesia. Standar Nasional Indonesia (SNI) merupakan label yang ada pada produk-produk yang telah melalui proses penyeleksian yang telah ditetapkan oleh Badan Standarisasi Nasional Indonesia (BSN) dengan mengidentifikasi keamanan produk, keefisienan dan ramah lingkungan.

Standar terhadap suatu produk sangat bermanfaat khususnya dalam industri perdagangan. Pada era global barang dan jasa dapat diproduksi dan dipasarkan kemana saja sehingga menjaga kualitas mutu produk akan sangat membantu produk tersebut masuk ke dalam pasar. Standar yang ada pada produk juga berisi informasi terkait baik atau buruknya produk barang atau jasa tersebut. Secara makro standar juga berfungsi sebagai pembinaan produsen dan konsumen untuk melakukan pola hidup yang berkualitas dan lebih baik.

¹Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 100.

Selanjutnya standar juga membantu kemudahan dalam transaksi perdagangan antar industri.²

Pada statistik dasar bidang SPK (Standarisasi dan Penilaian Kesesuaian) yang menyajikan data dan informasi mengenai perkembangan SNI (Standar Nasional Indonesia) tiga tahun berturut yaitu 2018, 2019, 2020 yang dikeluarkan oleh BSN (Badan Standardisasi Nasional) terjadi peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari rekap SNI (Standar Nasional Indonesia) yang berlaku di dapati bahwa pada tahun 2018 berjumlah 12.473³, tahun 2019 berjumlah 13.054⁴, dan tahun 2020 berjumlah 13.518⁵. Peningkatan jumlah produk dengan klasifikasi SNI tersebut terdiri dari berbagai macam sektor seperti pada pertanian dan teknologi pangan, konstruksi, elektronik dan sebagainya.

Label SNI pada suatu produk adalah tanda sertifikat yang ditetapkan oleh BSN (Badan Standardisasi Nasional) yang memuat pernyataan bahwa persyaratan SNI pada produk barang atau jasa telah dipenuhi. Suatu produk ketika memiliki label SNI maka produsen atau pelaku usaha memiliki peluang yang lebih besar untuk menembus berbagai lapisan masyarakat. Hal ini karena produk tersebut telah memiliki pengakuan bahwa barang atau jasa tersebut memiliki kualitas dan telah di uji ketahanan dan keamanannya.

Label SNI pada suatu produk barang atau jasa memiliki informasi penting bagi konsumen bahwa produk tersebut aman digunakan. Seorang konsumen muslim dilarang untuk menggunakan produk berbahaya atau bahkan terindikasi berbahaya bagi dirinya dan keluarganya. Dalam al-Qur'an QS. An-Nisa/4: 110 menjelaskan tentang larangan zalim pada diri sendiri.

²Sunarya, *Standarisasi dalam Industri dan Perdagangan (Konsep dan Penerapan dalam Globalisasi)* (Depok: Papas Sinar Sinanti, 2012), h. 26.

³Badan Standardisasi Nasional, *Rekapitulasi SNI Penetapan Tahun 2018* (Jakarta: BSN, 2018), h. 5.

⁴Badan Standardisasi Nasional, *Rekapitulasi SNI Penetapan Tahun 2019* (Jakarta: BSN, 2019), h. 5.

⁵Badan Standardisasi Nasional, *Rekapitulasi SNI Penetapan Tahun 2020* (Jakarta: BSN, 2020), h. 5.

وَمَنْ يَعْمَلْ سُوءًا أَوْ يَظْلِمْ نَفْسَهُ ثُمَّ يَسْتَغْفِرِ اللَّهَ يَجِدِ اللَّهَ غَفُورًا رَحِيمًا

Terjemahnya:

“Dan barangsiapa yang berbuat kejahatan dan menganiaya dirinya, kemudian dia memohon ampunan kepada Allah, niscaya ia mendapatkan Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang”

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Tinjauan SNI (Standar Nasional Indonesia)

Standar adalah spesifikasi teknis atau sesuatu yang dibakukan baik cara maupun metode yang disusun berdasarkan konsensus semua pihak yang terkait dengan memperhatikan syarat-syarat keselamatan, keamanan, kesehatan, lingkungan hidup, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta pengalaman, perkembangan masa kini, dan masa yang akan datang. **Standardisasi** adalah proses merumuskan, menetapkan dan merevisi standar, yang dilaksanakan secara tertib melalui kerjasama dengan semua pihak yang berkepentingan.⁶ **SNI (Standar Nasional Indonesia)** adalah standar yang ditetapkan oleh BSN (Badan Standardisasi Nasional) yang berlaku secara nasional.

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2014 tentang Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian pada pasal 1 ayat 1 **standardisasi** adalah proses merencanakan, merumuskan, menetapkan, menetapkan, memberlakukan, memelihara, dan mengawasi standar yang dilaksanakan secara tertib dan berkerjasama dengan semua pemangku kepentingan. Pada pasal 1 ayat 3 menjelaskan **standar** yaitu persyaratan teknis atau suatu yang dibakukan, termasuk tata cara dan metode yang disusun berdasarkan konsensus semua pihak/pemerintah/keputusan internasional yang terkait dengan memperhatikan syarat keselamatan, keamanan, kesehatan, lingkungan hidup, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta perkembangan masa kini dan masa depan untuk memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya. Kemudian pada pasal 1 ayat 7

⁶Bambang Purwanggono, dkk. *Pengantar Standardisasi* (Ed. I; Jakarta: Badan Standardisasi Nasional Indonesia, 2009), h. 3-4.

bahwa **Standar Nasional Indonesia** yaitu standar yang ditetapkan BSN dan berlaku di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.⁷

Dalam standarisasi produk barang atau jasa, ada asas-asas yang harus dipatuhi. Asas manfaat yaitu pelaksanaan kegiatan standardisasi dan penilaian kesesuaian memberikan manfaat yang besar untuk kepentingan masyarakat. Asas konsensus dan tidak memihak bahwa kegiatan tersebut memberikan kesempatan bagi pihak yang berbeda kepentingan untuk menyampaikan pandangan dan tidak memihak. Asas transparansi yaitu memberikan kesempatan yang sama bagi semua pihak. Asas efektif dan relevan yaitu memperhatikan kebutuhan pasar, tidak bertentangan dengan undang-undang. Asas koheren yaitu mengikuti perkembangan internasional untuk hasil yang harmonis. Asas dimensi pembangunan nasional yang mengutamakan kepentingan nasional dalam mencapai tujuan pembangunan nasional.⁸

Secara makro standar berfungsi untuk memberikan pembinaan kepada produsen dan konsumen untuk meningkatkan dan memajukan pola hidup mereka yang lebih baik. Standar memungkinkan konsumen untuk mendapatkan perlindungan dari bentuk perdagangan yang menawarkan produk barang atau jasa yang spesifikasi mutunya memperdaya dan membohongi konsumen.⁹ Hal ini karena barang-barang tersebut sangat besar kemungkinannya membahayakan keselamatan, keamanan, kesehatan konsumen sehingga dengan adanya standar mampu melindungi konsumen dari penggunaan barang atau jasa yang berbahaya.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 102 Tahun 2000 pasal 3 ayat 1 bahwa tujuan dari standardisasi nasional yaitu meningkatkan perlindungan kepada konsumen, pelaku usaha, tenaga kerja, dan masyarakat lainnya baik untuk keselamatan, keamanan, kesehatan maupun

pelestarian fungsi lingkungan hidup.¹⁰ Selain itu standardisasi juga memiliki manfaat seperti memperlancar arus barang dan jasa dalam perdagangan domestik atau internasional, membantu mempercepat sistem manajemen, teknologi dan inovasi, meningkatkan daya saing dengan fokus kepada mutu, keamanan, keselamatan, kesehatan dan pelestarian lingkungan, memfasilitasi penilaian dan pembuktian kesesuaian, dan optimalisasi infrastruktur standardisasi.¹¹ Dengan demikian pemberian standar suatu produk barang maupun jasa mampu memberikan informasi pertimbangan bagi konsumen, produsen dan pihak-pihak terkait lainnya dalam setiap keputusan yang diambil.

Perlindungan pada produk tersebut dapat dilihat melalui label atau tanda yang telah ditetapkan oleh BSN. Tanda SNI adalah tanda sertifikasi yang ditetapkan BSN (Badan Standardisasi Nasional) untuk menyatakan telah terpenuhinya persyaratan SNI.¹² Pelabelan SNI pada suatu produk merupakan hal yang sangat penting, dengan adanya label atau tanda tersebut dapat dikatakan bahwa produk tersebut telah legal untuk diperdagangkan dan telah memenuhi kualifikasi keamanan suatu produk untuk digunakan oleh konsumen.¹³ Hal ini dapat dikatakan bahwa produk-produk yang memiliki tanda atau label SNI telah aman dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang berkaitan.

Secara umum, dari sisi penerapannya, terdapat dua jenis SNI, yaitu SNI wajib dan SNI sukarela. Pada Peraturan Pemerintah No. 15 Tahun 1991 pasal 9 ayat 1 bahwa SNI wajib yaitu apabila berkaitan dengan kepentingan keselamatan dan kesehatan konsumen, pemakai produk atau masyarakat, diterapkan secara wajib. Dalam pasal 9 ayat 2 menjelaskan SNI

⁷Republik Indonesia, *Undang-Undang No. 20 Tahun 2014 tentang Standarisasi dan Penilaian Kesesuaian*.

⁸Dewi Odjar Ratna Komala, dkk. *Pengantar Standardisasi* (Ed. II; Jakarta: Badan Standardisasi Nasional, 2014), h. 18.

⁹Sunarya, *Standarisasi dalam Industri dan Perdagangan (Konsep dan Penerapan dalam Globalisasi)*, h. 29.

¹⁰Republik Indonesia, *Peraturan Pemerintah No. 102 Tahun 2000 Tentang Standardisasi Nasional*.

¹¹Dewi Odjar Ratna Komala, dkk., *Pengantar Standardisasi*, h.19.

¹²Republik Indonesia, *Undang-Undang No. 20 Tahun 2014 Tentang Standarisasi dan Penilaian Kesesuaian*.

¹³Muhammad Fachrudin, dkk., "Tanggung Jawab Pelaku Usahat Terhadap Produk Yang Belum Bersertifikasi Standar Nasional Indonesia (SNI) dalam Kaitannya Terhadap Hukum Perlindungan Konsumen," *Diponegoro Law Journal*, vol. 6 no. 1 (2017), h. 8-9.

yang tidak berkaitan dengan kepentingan keselamatan dan kesehatan konsumen, pemakai produk, atau masyarakat diterapkan secara wajib atau sukarela.¹⁴ Penerapan SNI sukarela bisa menjadi wajib apabila dikemudian hari ditetapkan penerapannya secara wajib atas pertimbangan tertentu.

2. Konsep Kemaslahatan

Maslahah berasal dari kata *shalah* yang berarti manfaat atau terlepas daripadanya kerusakan. *Maslahah* dalam bahasa Indonesia berarti sesuatu yang mendatangkan kebaikan dan dalam bahasa arab berarti perbuatan-perbuatan yang mendorong kepada kebaikan.¹⁵ Dengan demikian, secara umum kata *maslahah* adalah hal-hal yang memberikan keuntungan/ketenangan dan mampu menghindarkan kerusakan yang akan terjadi.

Tujuan ditetapkan syariat untuk mencapai lima hal yaitu terpeliharanya agama, jiwa, akal, keturunan dan harta.¹⁶ Hasil akhir dari penetapan syariat tersebut yaitu kemaslahatan.¹⁷ Kemaslahatan yang dimaksudkan berupa manfaat yang diterima atau terhindarnya diri dari kerusakan berkaitan dengan kebendaan (materi), kepemilikan, dan kekayaan (*property and wealth concept*) harus dapat dipahami untuk menjaga persamaan dan mengikis kesenjangan sosial.¹⁸

Untuk melihat ukuran konkret dari kemaslahatan maka diwajibkan memenuhi beberapa persyaratan yaitu kemaslahatan tersebut harus sesuai dengan lima tujuan syariat (pemeliharaan akan agama, jiwa, akal, keturunan dan harta); kemaslahatan itu harus meyakinkan, tidak meragukan dan bisa mendatangkan manfaat dan menghindari

mudarat; serta kemaslahatan itu membawa kemudahan dan bukan mendatangkan kesulitan (bisa dilaksanakan).¹⁹ Kemaslahatan bersifat universal karena berlaku secara umum bagi segenap manusia dan dalam segala keadaan²⁰ yang artinya kemaslahatan bukan bersifat khusus hanya berlaku pada golongan dan tempat tertentu saja.

Kemaslahatan berarti hal-hal yang mendatangkan kebaikan dan menghilangkan kemudharatan/kerusakan. Ada perbedaan antara kesulitan dan darurat. Kesulitan menghendaki adanya kebutuhan tentang sesuatu, apabila tidak dipenuhi tidak akan membahayakan eksistensi manusia. Darurat adalah kesulitan yang sangat menentukan eksistensi manusia karena jika tidak diselesaikan akan mengancam manusia.²¹ Hal ini dapat dilihat dari pemenuhan kebutuhan-kebutuhan primer seperti sandang, pangan, dan papan yang sangat penting dalam kehidupan manusia dalam rangka melanjutkan kehidupannya.

Konsep kaidah الضَّرَرُ يُرَى (kemudharatan harus dihilangkan) memberikan pengertian bahwa manusia harus dijauhkan dari hal tindak menyakiti, baik dirinya ataupun orang lain, dan tidak menimbulkan bahaya (menyakiti) pada orang lain.²² Kaidah ini digunakan para ahli hukum Islam sebagai dasar argumentatif hadis Rasulullah saw. Sebagai berikut.

حَدَّثَنَا عَبْدُ رَبِّهِ بْنِ خَالِدٍ التَّمِيمِيُّ، أَبُو الْمُغَلِّسِ. حَدَّثَنَا فَضَيْلُ بْنُ سَلِيمَانَ. حَدَّثَنَا مُوسَى بْنُ عُقْبَةَ. حَدَّثَنَا إِسْحَاقُ بْنُ يَحْيَى بْنِ الْوَلِيدِ، عَنْ عَبَادَةَ بْنِ الصَّامِتِ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَضَى أَنْ لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ. (رواه ابن ماجه)

“Mewartakan kepada kami Abdu Rabbih bin Khalid An-Numairy, Abdul Mughallis: mewartakan kepada kami Fudhail bin Sulaiman; mewartakan kepada kami Musa bin ‘Uqbah; mewartakan kepada kami Ishaq bin Yahya bin

¹⁴Republik Indonesia, *Peraturan Pemerintah No. 15 Tahun 1991 Tentang Standar Nasional Indonesia*.

¹⁵Mohammad Mufid, *Ushul Fiqh Ekonomi dan Keuangan Kontemporer* (Jakarta: Kencana, 2016), h. 115.

¹⁶Ahmad Sanusi dan Sohari, *Ushul Fiqh* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 79.

¹⁷Hamka Haq, *Falsafat Ushul Fiqhi* (Ujung Pandang: Yayasan Al-Ahkam, 1998), h. 48.

¹⁸Idrus M. Said, dkk, *Zakat Produktif Pengelolaan dan Upayanya Terhadap Peningkatan Ekonomi Micro (Studi Kasus di Baznas Sulawesi Tengah)*, (Jurnal Almahadir: Ilmu Hukum dan Ekonomi Islam, Vol. 4, No. 1), h. 64.

¹⁹A. Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 29.

²⁰Hamka Haq, *Falsafat Ushul Fiqhi*, h. 51-52.

²¹H. Muchlis Usman, *Kaidah-kaidah Ushuliyah dan Fiqhiyah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 132-133.

²²Nash Farid M. Washil dan Abdul Aziz M. Azzam, *Qawa'id Fiqhiyah* (Jakarta: Amzah, 2009), 17.

Al-Walid. Dari ‘Ubadah bin Ash-Shamit, bahwasanya Rasulullah saw. telah memutuskan bahwa tidak boleh membahayakan dan tidak boleh saling membahayakan” (HR. Ibnu Majah)²³

Adanya unsur ketidakjelasan dalam suatu transaksi perdagangan akan berakibat pada kerugian salah satu pihak lainnya.²⁴ Hal ini karena tidak adanya informasi yang cukup memadai bagi pihak tersebut. Standar pada produk barang atau jasa memberikan informasi kepada pihak lainnya baik atau tidaknya produk tersebut.²⁵ Hal ini salah satunya dapat dilihat melalui tanda atau label SNI pada suatu produk.

3. Konsumsi dan Keputusan Pembelian

Konsumsi berasal dari bahasa Belanda *consumptie* yang memiliki arti yaitu suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi dan menghabiskan daya guna suatu benda baik barang maupun jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan.²⁶ Tujuan konsumsi dalam rangka mengurangi atau menghabiskan daya guna diwajibkan untuk memperhatikan kehalalan dan kebaikan barang atau jasa tersebut. Hal ini agar di masa depan nanti terhindar dari kemudharatan lebih besar yang didapatkan dibandingkan tujuan awalnya yaitu memenuhi kebutuhannya.

Kebutuhan manusia terdiri dari tiga jenjang yaitu *dharuriyat* mencakup agama, kehidupan, pendidikan, keturunan dan harta. Selanjutnya *hajiyyat* yaitu jenjang pelengkap yang mengkokohkan, menguatkan dan melindungi jenjang sebelumnya. Selanjutnya *tahsiniyat* yaitu jenjang penambah bentuk kesenangan dan keindahan dua jenjang sebelumnya.²⁷ Hal yang harus diperhatikan oleh seorang manusia dalam

mengonsumsi yaitu terpenuhinya terlebih dahulu kebutuhan primer (*dharuriyat*). Hal ini karena bila salah satu jenis diabaikan maka dapat menimbulkan ketimpangan dalam hidup manusia.

Dalam mengonsumsi barang atau jasa, individu perlu memperhatikan aspek syariah yaitu dasar syariat yang harus terpenuhi; prinsip kuantitas yaitu ada batasan kuantitas yakni sederhana dan sesuai pemasukan; aspek prioritas yaitu memperhatikan urutan kepentingan prioritas untuk menghindari kemudharatan; dan aspek sosial yaitu memperhatikan lingkungan sosial agar tercipta keharmonisan dalam masyarakat; aspek lingkungan yaitu harus sesuai dengan potensi sumber daya.²⁸ Tidak meniru atau mengikuti perilaku konsumsi yang bermewah-mewah dan menghamburkan harta untuk bersenang-senang juga merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh seorang individu dalam mengonsumsi.

Dalam memutuskan produk barang atau jasa yang akan digunakan, seorang individu harus melewati beberapa proses. Pertama, individu harus menyadari adanya masalah kebutuhan dirinya dan keluarganya. Kedua, individu mulai terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Ketiga, individu mulai menilai produk atau jasa yang didapatkan berdasarkan pertimbangan sadar dan rasional. Keempat, individu memutuskan untuk membeli barang atau jasa tersebut. Kelima, tindakan individu setelah mengonsumsi produk tersebut,²⁹ berupa puas atau tidaknya pada produk dan tindakan setelahnya yaitu membeli kembali atau mencari barang alternatif lainnya.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian individu yaitu kualitas dari produk, harga yang kompetitif dan citra merek.³⁰ Selain ketiga hal tersebut, promosi

²³Abu Abdullah Muhammad bin Yazid bin Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah Juz II*, diterjemahkan oleh H. Abdullah Shonhaji, Terjemah Sunan Ibnu Majah, Jilid III (Semarang: CV. Asy Syifa’, 1993), h. 164-165.

²⁴Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 77.

²⁵Sunarya, *Standarisasi dalam Industri dan Perdagangan (Konsep dan Penerapan dalam Globalisasi)*, h. 26.

²⁶Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perfektif Islam: Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 159.

²⁷Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perfektif Ilmu Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 66-67.

²⁸Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perfektif Islam: Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, h. 162.

²⁹Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2010), h. 15.

³⁰M. Rhendria Dinawan “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian,” *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, vol 9 no. 3 (Desember 2010), h. 335.

juga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian individu.³¹ Promosi dapat dilakukan melalui iklan yang dilakukan perusahaan atau perorangan melalui internet, surat kabar, atau selebaran.

C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yaitu konsumen mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah pengguna produk helm berlabel SNI berjumlah 406 mahasiswa. Sampel menggunakan rumus Slovin dan didapatkan bahwa sampel yang akan digunakan dalam penelitian berjumlah 80. Instrumen penelitian disusun dalam dua variabel yaitu variabel label SNI (X) dengan indikator keamanan, keselamatan, kesehatan dan variabel keputusan pembelian (Y) dengan indikator pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku sesudah pembelian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan ada dua yaitu kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data menggunakan program *SPSS for Windows* versi 23.0, analisis data regresi linier sederhana yaitu:

$$Y = a + bX$$

Ket:

a : konstanta

b : koefisien regresi

X : variabel independen (label SNI)

Y : Variabel dependen (keputusan pembelian)

Teknik pengujian data ada empat yaitu pertama uji validitas dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} . Kedua uji reliabilitas dengan melihat nilai *cronbach alpha* > 60. Ketiga uji asumsi klasik dengan menggunakan uji normalitas menggunakan analisis grafik normat P-P plot. Keempat uji hipotesis yang dilakukan dengan uji T yaitu dengan melakukan perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} .

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Data deskripsi responden

³¹Carla Tousalwa, "Variabel Penentu Keputusan Pembelian Minyak Kayu Putih Cap MP di Kota Ambon," *Jurnal Nusamba*, vol. 2 no. 1 (2017), h. 21.

Responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1
 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	Laki-laki	26	32.5
2.	Perempuan	54	67.5
Total		80	100

Sumber: Data primer responden yang diolah kembali

Salwa jumlah responden laki laki lebih banyak dibandingkan responden perempuan. Responden laki-laki berjumlah 26 orang yaitu sebesar 32.5%. Responden perempuan berjumlah 54 orang yaitu sebesar 67.5%. Menjelaskan bahwa sebagian besar yang responen yang mengisi angket adalah perempuan. Adapun responden berdasarkan angkatan dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut.

Tabel 4.2
 Responden Berdasarkan Angkatan

No.	Angkatan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	2012	15	18.75
2.	2013	16	20
3.	2014	20	25
4.	2015	29	36.25
Total		80	100

Sumber: Data primer responden yang diolah kembali

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, jumlah responden yang di ambil dari angkatan 2012 sebesar 15 orang dengan presentase sebesar 18.75%. Angkatan 2013 sebanyak 16 orang dengan presentase sebesar 20%. Angkatan 2014 sebanyak 20 orang dengan presentase sebesar 25%. Angkatan 2015 sebanyak 29 orang dengan presentase sebesar 36.25%. Hal ini menunjukkan bahwa respon terbesar dari penggunaan produk berlabel SNI berada di angkatan 2015.

Responden berdasarkan kepemilikan produk helm berlabel SNI dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut.

Tabel 4.3
 Responden Berdasarkan Kepemilikan Helm Motor

No.	Angkatan	Frekuensi		Presentase (%)	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	2012	13	2	16.25	2.5
2.	2013	16	-	20	-
3.	2014	20	-	25	-
4.	2015	27	2	33.75	2.5
Total		76	4	95	5
Frekuensi/Presentase		80		100	

Sumber: Data primer responden yang diolah kembali

Berdasarkan hasil penyebaran angket angkatan 2012, 2013, 2014 dan 2015 di atas diketahui bahwa angkatan 2012 yang memiliki helm motor berjumlah 13 orang dengan presentase sebesar 16.25% dan responden yang tidak memiliki berjumlah 2 yaitu 2.5%. Pada angkatan 2013 responden yang memiliki helm motor berjumlah 16 orang yaitu 20%. Pada angkatan 2014 responden yang memiliki helm motor berjumlah 20 orang dengan presentase 25%. Pada angkatan 2015 responden yang memiliki helm motor berjumlah 27 orang dengan presentase sebesar 33.7% dan yang tidak memiliki helm motor berjumlah 2 responden dengan presentase sebesar 2.5%.

Total responden yang memiliki helm motor berjumlah 76 responden dengan presentase sebesar 95%. Sisanya tidak memiliki helm motor berjumlah 4 responden dengan presentase sebesar 5%. Hal ini menjelaskan rata-rata mahasiswa menggunakan produk helm motor yang sesuai fungsinya digunakan untuk berkendara di jalan raya.

Responden berdasarkan penggunaan helm motor berlabel SNI dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut.

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Penggunaan Helm Berlabel SNI

No.	Angkatan	Frekuensi		Presentase (%)	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	2012	13	2	16.25	2.5
2.	2013	15	1	18.75	1.25
3.	2014	16	4	20	5
4.	2015	28	1	35	1.25
Total		72	8	90	10
Frekuensi/Presentase		80		100	

Sumber: Data primer responden yang diolah kembali

Berdasarkan hasil penyebaran angket pada angkatan 2012, 2013, 2014, dan 2015 dari tabel 4.4 di atas diketahui bahwa responden angkatan 2012 yang menggunakan produk helm motor berlabel SNI berjumlah 13 orang dengan presentase sebesar 16.25% dengan 2 orang yang tidak menggunakan helm motor belaber SNI berjumlah 2 orang dengan presentase sebesar 2.5%. pada angkatan 2013 jumlah responden yang menggunakan helm motor berlabel SNI berjumlah 15 orang dengan presentase sebesar 18.75% dan yang tidak menggunakan produk helm motor berlabel SNI yaitu 1 orang dengan

presentase sebesar 1.25%. Pada angkatan 2014, responden yang menggunakan helm berlabel SNI berjumlah 16 orang dengan presentase sebesar 20% dan responden yang tidak menggunakan berjumlah 4 orang dengan presentase sebesar 5%. Pada angkatan 2015, responden yang menggunakan helm berlabel SNI berjumlah 28 orang dengan presentase sebesar 35% dan yang tidak menggunakan yaitu 1 orang dengan presentase sebesar 1.25%.

Dari total keseluruhan responden yang menggunakan helm berlabel SNI berjumlah 72 orang dengan presentase sebesar 90%. Sebesar 10% responden yang tidak menggunakan helm berlabel SNI berjumlah 8 orang. Hal ini menjelaskan bahwa rata-rata mahasiswa tetap menggunakan produk helm yang berlabel SNI ketika berkendara di jalan raya.

2. Uji instrumen penelitian

Uji validitas dilakukan pada setiap item pertanyaan untuk mengetahui tingkat kecermatan atau ketepatan dari setiap item pernyataan tersebut dalam instrumen penelitian. Valid atau tidaknya setiap item pernyataan berdasarkan nilai *Correccted Item Total Correlation* (r_{hitung}) lebih besar dan tidak bernilai negatif terhadap (r_{kritis}) 0.30. Tingkat kepercayaan yang dipakai yaitu 95% dan α 0.05. Jika dalam pengambilan keputusan hasil $r_{hitung} \geq r_{kritis}$ (0.30) maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan apabila $r_{hitung} < r_{kritis}$ (0.30) maka item pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid. Berikut adalah tabel 4.5 dan 4.6 hasil uji validitas instrumen penelitian variabel X dan variabel Y.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel X

Item Pernyataan	r-hitung	r-kritis	Status
1	0.505	0.30	Valid
2	0.554	0.30	Valid
3	0.623	0.30	Valid
4	0.690	0.30	Valid
5	0.614	0.30	Valid
6	0.570	0.30	Valid
7	0.516	0.30	Valid
8	0.512	0.30	Valid
9	0.470	0.30	Valid

Sumber: Data diolah (Lampiran III)

Tabel 4. 6
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Y

Item Pernyataan	r-hitung	r-kritis	Status
1	0.677	0.30	Valid
2	0.683	0.30	Valid
3	0.633	0.30	Valid
4	0.849	0.30	Valid
5	0.368	0.30	Valid
6	0.641	0.30	Valid
7	0.807	0.30	Valid
8	0.816	0.30	Valid
9	0.724	0.30	Valid
10	0.520	0.30	Valid
11	0.713	0.30	Valid
12	0.419	0.30	Valid
13	0.551	0.30	Valid
14	0.649	0.30	Valid

Sumber: Data diolah (Lampiran III)

Berdasarkan hasil uji validitas di atas pada tabel 4.5 variabel X bahwa untuk setiap item pernyataan koefisien korelasi (r_{hitung}) > dari nilai (r_{kritis}) yaitu 0.30. Begitu pula pada hasil uji validitas variabel Y bahwa setiap item pernyataan koefisien korelasi (r_{hitung}) > dari nilai (r_{kritis}). Hal ini menyatakan bahwa setiap item pernyataan di atas layak untuk diikutsertakan dalam penelitian ini.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kehandalan kelesuruhan instrumen penelitian. Uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 23.0 for Windows. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0.60. Hasil pengujian reliabilitas penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut.

Tabel 4. 7
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Label SNI	0.842	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.917	Reliabel

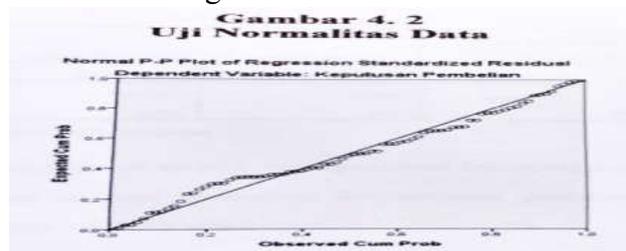
Sumber: Data diolah (Lampiran III)

Pada variabel X label SNI menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* yaitu 0.842 > 0.60. Pada variabel Y keputusan pembelian menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* yaitu 0.917 > 0.60. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dari variabel X dan Variabel Y reliabel dan dapat diuji lebih lanjut.

3. Analisis Data

Uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas. Selanjutnya untuk mendeteksi normalitas dapat menggunakan analisis grafik melalui grafik normal P-P plot yang dapat dilihat melalui alat bantu IBM SPSS for

Windows versi 23.0. Grafik tersebut dapat dilihat melalui gambar 4.2 berikut.



Berdasarkan gambar 4.2 di atas menunjukkan pola distribusi normal. Hal ini karena data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini berbeda jika data menyebar jauh dari arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4. 11
Model Summary^b

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.557 ^a	.310	.301	7.36907

a. Predictors: (Constant), Label SNI

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil uji persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini dapat dilihat melalui tabel 4.11 dan 4.12 berikut.

Tabel 4. 12
Coefficients^a

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,327	4,566		3,357	,001
	Label SNI	,876	,148	,557	5,916	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.11 di atas, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.557 yang berarti hubungan korelasi antara variabel X label SNI terhadap variabel Y keputusan pembelian sebesar 0.557 atau 55.7%. Adapun koefisien determinasi (*R square*) mengukur seberapa jauh model menerangkan variasi variabel dependen. Dari hasil olah data, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0.310. Nilai tersebut menunjukkan

besarnya pengaruh variabel X label SNI terhadap variabel Y keputusan pembelian. Hal ini berarti 0.310 atau 31.0% variabel Y keputusan pembelian dijelaskan oleh variabel X label SNI. Sementara 69% ($100\% - 31.0\% = 69\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.12, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear sederhana berikut.

$$Y = 15,327 + 0,876X$$

Berdasarkan persamaan tersebut di atas dapat dijelaskan bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 15,327, menyatakan apabila variabel bebas dalam penelitian ini diabaikan atau sama dengan nol, maka keputusan pembelian (Y) akan bernilai tetap atau sebesar 15,327.
- Nilai koefisien variabel X (label SNI) bernilai positif yaitu sebesar 0,876 yang berarti bahwa setiap penambahan 1 nilai label SNI maka nilai keputusan pembelian bertambah sebesar 0,876.

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan uji T. Berdasarkan hasil perhitungan statistik pada tabel 4.12 di atas, maka diketahui bahwa variabel X label SNI memiliki $t_{hitung} 5,916 > t_{tabel} 1,991$ serta tingkat signifikansinya lebih kecil dari taraf kepercayaan sebesar 5% yaitu $0,000 < 0,05$. Dengan demikian nilai ini menunjukkan bahwa variabel X label SNI memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y keputusan pembelian.

4. Kemaslahatan dalam label SNI terhadap suatu produk

Berdasarkan hasil regresi yang diperoleh bahwa nilai t_{hitung} untuk label SNI bernilai sebesar 5,916 dan pada t_{tabel} dengan tingkat signifikansi sebesar 95% ($\alpha = 5\%$). Df=78 adalah 1,991. Terlihat bahwa t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} . Hal ini menjelaskan bahwa variabel X label SNI pada produk barang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

Penggunaan barang atau jasa berstandar dapat memberikan implikasi positif bagi konsumen maupun produsen baik secara individu atau bersama-sama dalam suatu unit pasar. Bagi seorang konsumen barang atau jasa

berstandar akan meningkatkan minat mereka untuk mengonsumsinya. Hal ini berbeda apabila barang atau jasa tersebut belum memiliki standar kelayakan maka minat konsumen akan rendah. Hal ini karena standar kelayakan pada barang atau jasa memiliki jaminan keamanan mutu yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.³² Kepuasan konsumen akan meningkatkan minat beli di kemudian hari sehingga tentu akan bermanfaat dalam jangka panjang bagi produsen.

Berdasarkan penelitian ini bahwa konsumen kebanyakan akan memilih produk barang atau jasa yang berstandar. Hal ini karena produk yang memiliki standar memiliki jaminan keamanan serta mutu yang baik. Produk yang berstandar artinya produk tersebut telah melalui serangkaian uji proses yang panjang yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang juga ketika digunakan bisa memberikan jaminan keamanan, keselamatan dan kesehatan.

Dalam setiap aktifitas yang dilakukan oleh seorang individu baik konsumsi produk barang atau jasa atau jual beli atau transaksi lainnya tetap harus memperhatikan aspek kemaslahatan yang diterima. Maslahat yang dimaksudkan yaitu manfaat yang diterima individu atau mudarat/kerusakan yang dihindari seorang individu. Penggunaan produk yang telah teruji aspek keamanan, keselamatan, kualitas merupakan pilihan utama individu baik dirinya dan keluarganya.

Konsep kaidah الضَّرَرُ يُزَالُ (kemudaratan harus dihilangkan) memberikan pengertian bahwa manusia harus menjauh dari tindakan menyakiti pada diri sendiri dan orang lain. Tindakan menghindari kemudaratan atau kerugian yang didapatkan dalam mengonsumsi produk barang atau jasa yang belum teruji mutunya merupakan tindakan yang diperintahkan oleh syariat. Apabila tetap dilakukan oleh seorang individu bisa merusak kelima hal yang seharusnya dijaga yaitu agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Hal ini kemudian

³²Sunarya, dkk. *Manfaat Ekonomi Standar. Economic Benefits of Standards (EBS)* (Jakarta: Badan Standardisasi Nasional, 2015), h. 43-44.

menggunakan produk barang atau jasa yang memiliki label SNI yang dikeluarkan oleh BSN (Badan Standardisasi Nasional) memungkinkan individu memiliki informasi keamanan mutu terkait produk tersebut sehingga penjagaan kelima hal tersebut di atas tercapai.

Dalam penelitian ini juga menjelaskan bahwa responden yaitu mahasiswa sangat memperhatikan kualitas mutu produk yang terlihat dengan adanya tanda atau label SNI. Hal ini juga menjelaskan bahwa konsumen (mahasiswa) memahami bahwa kualitas mutu produk sangat berpengaruh terhadap keselamatan dirinya, orang lain dan lingkungan. Hal ini kemudian menjelaskan bahwa konsumen (mahasiswa) memahami bahwa aspek kemaslahatan dalam setiap mengonsumsi barang dan jasa adalah hal yang utama yang sudah diperintahkan dalam syariat.

E. PENUTUP

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,557 yang berarti korelasi antara variabel X label SNI dan variabel Y keputusan pembelian sebesar 55.7%. nilai *R Square* sebesar 0,310 yang berarti pengaruh variabel X label SNI terhadap keputusan pembelian sebesar 31.0% dan sisanya 69% dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai t_{hitung} yang didapatkan yaitu 5,916 yang bernilai lebih besar dari t_{tabel} 1,991. Tingkat signifikansinya lebih kecil dari taraf kepercayaan 5% yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti variabel X label SNI memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y keputusan pembelian. Rumus persamaan regresi linear sederhana yaitu $Y=15,327 + 0,876X$ dengan nilai konstanta 15,327 yang menyatakan apabila variabel bebas X (label SNI) dalam penelitian ini diabaikan atau sama dengan nol, maka variabel terikat Y (keputusan pembelian) akan bernilai tetap atau sebesar 15,327. Kemudian nilai koefisien variabel X (label SNI) bernilai positif sebesar 0,876 yang berarti bahwa setiap penambahan 1 nilai variabel X (label SNI) maka nilai keputusan pembelian bertambah sebesar 0,876.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel X label SNI terhadap variabel Y keputusan pembelian konsumen

(mahasiswa). Hal ini menjelaskan bahwa responden yaitu konsumen (mahasiswa) sangat memperhatikan kualitas mutu produk yang ditandai dengan adanya tanda atau label SNI pada produk tersebut. Hal ini juga menjelaskan bahwa konsumen (mahasiswa) memahami bahwa kualitas mutu produk sangat berpengaruh terhadap keselamatan dirinya, orang lain dan lingkungan. Hal ini selanjutnya menjelaskan bahwa konsumen (mahasiswa) memahami bahwa aspek kemaslahatan dalam setiap kegiatan mengonsumsi barang dan jasa merupakan hal yang utama yang juga merupakan perintah syariat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perfektif Islam: Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Badan Standardisasi Nasional. *Rekapitulasi SNI Penetapan Tahun 2018*. Jakarta: BSN, 2018.
- Badan Standardisasi Nasional. *Rekapitulasi SNI Penetapan Tahun 2019*. Jakarta: BSN, 2019.
- Badan Standardisasi Nasional. *Rekapitulasi SNI Penetapan Tahun 2020*. Jakarta: BSN, 2020.
- Dinawan, M. Rhendria. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian." *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, vol 9 no. 3 (Desember 2010).
- Djazuli, A.. *Kaidah-Kaidah Fikih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis*. Ed. I; Cet. III; Jakarta: Kencana, 2006.
- Fachrudin, Muhammad, dkk. "Tanggung Jawab Pelaku Usahat Terhadap Produk Yang Belum Bersertifikasi Standar Nasional Indonesia (SNI) dalam Kaitannya Terhadap Hukum Perlindungan Konsumen." *Diponegoro Law Journal*, (2017).
- Haq, Hamka. *Falsafat Ushul Fiqhi*. Ujung Pandang: Yayasan Al-Ahkam, 1998.
- Idrus M. Said, Rugaiya, & Ningsih K. (2022). *Zakat Produktif Pengelolaan Dan Upayanya Terhadap Peningkatan Ekonomi Micro (Studi Kasus Di Baznas Sulawesi Tengah)*. *Al-Mashadir: Jurnal Ilmu Hukum Dan Ekonomi Islam*, 4(1).
- Komala, Dewi Odjar Ratna, dkk. *Pengantar Standardisasi*. Ed. II; Jakarta: Badan Standardisasi Nasional, 2014.
- Majah, Abu Abdullah Muhammad bin Yazid bin Ibnu. *Sunan Ibnu Majah Juz II*, diterjemahkan oleh H. Abdullah Shonhaji. Terjemah Sunan Ibnu Majah, Jilid III. Cet. I; Semarang: CV. Asy Syifa', 1993.
- Mardani. *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Ed. I; Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Mufid, Mohammad. *Ushul Fiqh Ekonomi dan Keuangan Kontemporer*. Cet. I; Jakarta: Kencana, 2016.
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen dalam Perfektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Purwanggono, Bambang, dkk. *Pengantar Standardisasi*. Ed. I; Jakarta: Badan Standardisasi Nasional Indonesia, 2009.
- Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah No. 102 Tahun 2000 Tentang Standardisasi Nasional.
- Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah No. 15 Tahun 1991 Tentang Standar Nasional Indonesia.
- Republik Indonesia. Undang-Undang No. 20 Tahun 2014 tentang Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Sanusi, Ahmad dan Sohari, *Ushul Fiqh*. Ed. I; Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Setiadi, Nugroho. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Sunarya, dkk.. *Manfaat Ekonomi Standar. Economic Benefits of Standards (EBS)*. Jakarta: Badan Standardisasi Nasional, 2015.
- Sunarya. *Standardisasi dalam Industri dan Perdagangan (Konsep dan Penerapan dalam Globalisasi)*. Cet. I; Depok: Papis Sinar Sinanti, 2012.
- Tousalwa, Carla. "Variabel Penentu Keputusan Pembelian Minyak Kayu Putih Cap MP di Kota Ambon." *Jurnal Nusamba*, vol. 2 no. 1 (2017).
- Usman, H. Muchlis. *Kaidah-kaidah Ushuliyah dan Fiqhiya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Washil, Nash Farid M. dan Abdul Aziz M. Azzam. *Qawa'id Fiqhiyyah*. Jakarta: Amzah, 2009.