

الوعي على شهادة الحلال في إندونيسيا

ولويو*

إينده فيليتي

*الباحثة المراسلة

eladib79@yahoo.com

الملخص

الحلال من المنتجات التي يطمئن الناس الى الاعتماد عليها ، ليس كونه يلبي الاحتياجات من حيث الإيمان والإخلاص والامان في العمل به ، ولكنه أيضا لجودة العالية في الانتاج والتصنيع. وان منتجات الحلال صالحة للأكل والاستخدام لمطابقتها للمقاييس الصحية والعلمية ، وبسبب ذلك قبلها الكثير من الناس ورغبوا فيها وسعوا في الحصول عليها. بالإضافة إلى ما سبق، فإن المنتجات الحلال لها فرصة واسعة في مجال البيع والشراء. فقد وصل تسويقها الى يومنا هذا في الأسواق العالمية إلى ما قيمة أكثر من 600 مليار دولار سنويا، ويبلغ عدد المسلمون الذين يعتمدون على المنتج الحلال ما يقرب من 1.8 مليار نسمة حتى عام 2007 في 112 بلدا. وفي الوقت نفسه، تشير التقديرات إلى أن تسويق المنتجات الحلال في الدول الآسيوية في المستقبل وفي خلال عشر سنوات سوف يتضاعف إلى أكثر من هذا العدد . وذلك لأن عدد سكان إندونيسيا والصين وباكستان والهند نما بمعدل حوالي 7% سبعة في المئة، في إندونيسيا نفسها التي تصنف - على أنها أكبر الدولة المسلمة - حيث يبلغ عدد سكانها ما يقرب من 235 ملايين. ولكن مع ذلك، لا يزال هناك الكثير من المنتجين الذين لم يهتموا بهذا الواقع ولم يرغبوا في تطبيق شروط الحصول على شهادات الحلال على منتجاتهم. وهذا البحث نتيجة استبيان واستطلاع على 50 شخصا من مصنعي المواد الغذائية والمستطلعين على شروط الانتاج الحلال، بمنطقة سليمان وبانتول جوكرتا إندونيسيا. وهذا البحث هو بحث كمي استبياني مع التحليل الوصفي وتحليل الانحدار المتعدد. ويهدف هذا البحث إلى معرفة التأثير الديني لفهم المنتج الحلال ، والدافع لتحقيق الربح الحلال، والمستوى التعليمي والرغبة والوعي لمعرفة منتجي الأغذية في ضوء الحصول على شهادات المنتج الحلال. واهم النتائج من هذا البحث هي هل ان منتجي الحلال فهمو الحكم الديني للحلال ، واهم الدوافع لتحقيق الربح الحلال والمستوى التعليمي لمنتج الحلال وهل ان معرفة شروط الانتاج الحلال

له تأثيرا كبيرا على وعي منتجي الأغذية لشهادات الحلال . تبين ان نسبة 66.7% يعتمدون شروط شهادة الحلال وهذه النسبة لها تأثير ممتاز على منتجي الحلال وهذا يدل على الفهم الديني والدافع للحصول على الربح الحلال، والاعتماد على المتغيرات والتحويلات لانتاج الحلال.

كلمات البحث: الوعي لشهادات الحلال، والفهم الديني، والدافع لتحقيق الربح والمستوى التعليمي.

ABSTRACT

Permitted of a product will reassure its consumer, not only due to meet need for faith and piety aspects, but also secure its quality and hygiene. Halal product means that the product is legal to consume because its content is safe for health and clean in its processing. Therefore, halal-certified product is desired and looked for by consumer, either Muslim or non Muslim. Beside the fact, market for halal-certified product is a promising opportunity for producers. Today, halal product marketing in global market have reached more than US\$ 600 billion per year, with population of Muslim market in 112 countries reach 1.8 billion persons in 2007. In addition, marketing of halal product in Asian countries in next ten years is expected to be double. It is due to population of Indonesia, China, Pakistan and India grew seven percent in average, where Indonesia as the biggest Moslem country has population of 235 million persons. However, there are still many producers that are not interested to the reality and still reluctant to certify their product with halal certificate. This research was conducted on 80 respondents of food producers in Sleman and Bantul regencies. It was quantitative research with descriptive analysis and multiple regression analysis. The conclusion was that amongst independent variables (religious understanding, profit motivation and education level), religious understanding and profit motivation influenced significantly dependent variable (motivation to get halal certificate).

Keywords: Awareness of Halal Certification, Religious Understanding, Profit Motivation and Education Level.

التمهيد

الحلال والحرام في الإسلام هي قضية أساسية في كل الاحكام واحوال الناس وهما أهم الأمور في الدين، لأن كلاهما مقياس المسلم لعمل أو عدم العمل والاصل البراءة في استخدام أي شيء. فالخطأ في فهم قضية الحلال والحرام سبب للتطرف، إما التطرف اليميني أو التطرف

اليسار. التطرف اليميني كممثل البراهمة الهندوسة ، والرهبانية المسيحية الذين يتصرفون بشكل شديد وتيار عدم الثبات على المبدأ والعمل على تعذيب الآخرين وكذلك أنهم يعذبون أنفسهم بتحريم الحلال من الأطعمة والجوهر التي قد أحلها الله لعباده. أما التطرف اليسار كممثل فرقة "مازداك" التي ولدت في بلاد فارس (القرضاوي، 1985). هذا ما حدث أيضا للعرب في الجاهلية، كانوا يحرمون الحلال من النباتات والحيوانات، ثم جعلوا كلا قانونا كما هو الدين. وقد ذكر التطرف في عدة آية من القرآن الكريم، منها في سورة الأنعام، الآية: 137-138. قال الشيخ السعدي (2005) في كتابه تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان : أن تطرف العرب في الجاهلية له أسباب ، منها تدمير العقل، وضيق من الخبرة والجهل.

والتطرف يحدث أيضا في الغرب . إن العالم الغربي يواجه مشكلة خطيرة وهي مثلي الجنس (اللوواط) . ولكن إذا نظرنا إلى التاريخ ، نرى أن العالم الغربي في الماضي كان يحارب مثلي الجنس (اللوواط) بقسوة وشدة . روبرت هيلد (Robert Held) في كتابه Inquisition، كما نقله الحسيني (2005) يعرض الصور و اللوحات الفظيعة التي تحكي عن جرائم قادة الكنيسة التي ارتكبوها في ذلك الوقت.

ومع مرور العولمة، يظهر تجانس المواد الغذائية ، و الترفية ، والأزياء (الموضة) و التفكير. ويمكن أن ينقص به الحذر والاحتياط في اختيار المنتج، سواء من حيث الأصل أو التكوين (ingredient) أو الحكم (محمد فيلو، 2009: 1)

وقد وضع الإسلام طرقا سليمة لاستعمال للجيد من الاحتياجات البشرية وفقا لقواعد مقاصد الشريعة الإسلامية المملوءة بالاخلاق الحسنة (الشاطبي: 12)، ولكن المدارس الاقتصادية الحديثة هي أكثر ميلا إلى الرأسمالية حيث انها تتفق على أن الاقتصاد والتجارة من النشاط الذي ينبغي استبعاده عن القيم الأخلاقية . محمد فيلو (2009: 3) في كتابه شهادة الحلال يشرح رأي فريدمان الذي أكد صراحة أن الهدف من وجود جمعية الأعمال التجارية هو تحقيق مصالح الملاك و المساهمين. فيتضح أن رأي فريدمان يوافق الفلسفة

المادية التي لن تكون قادرة على تحقيق الأهداف الاجتماعية بل ستقع في الإفلاس والتهلكة (جافرا، 2001).

ستيغليتز (2006) يكشف عن أن إهمال الأخلاق من عوامل انهيار الشركات في أمريكا و أوروبا ، مثل انهيار World Com و إنرون (Enron). أفريانتو ونوربوو (2003) في هذه القضية يأتیان بمثال محلي وهو خطورة توابل أجينوموتو ، الغذاء مطعم للوجبات السريعة هونغ بن لو حلال.

ونظرا لما سبق، فإن ظهور الحركة التجارية التي تقوم على قيم الأخلاق والدين. ومن أهم جوانب الحركة التجارية التي تقوم على قيم الأخلاق والدين هو ظهور ما يعرف بشهادة الحلال في الأعمال التجارية بين الشركات وعلى المنتجات التجارية المنتشرة على المستوى الدولي

كمثل Codek ، وما يعرف بالأغذية الإسلامية و مجلس التغذية الأمريكية (IFANCA) في أمريكا، وكذلك استراليا لخدمة الحجر الصحي و التفتيش " (AQIS) في استراليا ، وكذلك على المستوى الوطني مثل مؤسسة البحث للطعام و الدواء والغذاء مجلس العلماء الإندونيسي (LPPOM MUI) (صقر، 1996 و مجلة الحلال لمجلس العلماء الإندونوسي ، رقم 79 سبتمبر - أكتوبر 2009) .

رغم أن الحكم الذي ينظم المنتجات الغذائية قد صدر عن مؤسسة للبحث عن الطعام و الدواء والغذاء مجلس العلماء الإندونوسي (LPPOM MUI) ولكن ليس كل الشركات المصنعة تستجيب وتتقبل شروط العمل بهذا النظام. وقد اكتشف ان الشركات المتحدة للمواد الغذائية والمشروبات (GAPMMI) أن الملايين من المنتجات لم تشهد بشهادة الحلال وما تم العمل به حتى الآن في العمل بشروط شهادة الحلال حوالي 2000 منتج . وهذا يعني أن المنتجات المعتمدة على شهادة الحلال تصل إلى 10٪ فقط من الآلاف من الشركات (أفريانتو ونوربوو، 2003). وفي ناحية أخرى أن بحث "Indohalal.Com" ومؤسسة الحلال والطيب، ومؤسسة البحث للطعام والدواء والغذاء مجلس العلماء الإندونوسي في نهاية عام 2002 حصل على أن 77.8٪ من المستطلعين يجعلون الحلال هو الاعتبار

الأول في شراء الأغذية والمشروبات ومستحضرات التجميل والمطاعم. و 93.9% من المستطلعين يوافقون على أن العمل بشروط شهادة الحلال ورقمها من أهم الشروط لصلاحية المنتجات. وحصل بحث "Frontier" في عام 2001 على أن 57.9% من المستهلكين يهتمون بتسمية الحلال و86% من المستطلعين يريدون وضع علامات الحلال ويقدر 83% من المستطلعين يرغبون في وضع العقوبات على الشركات التي تخالف نظام شروط شهادة الحلال (أفريانتو ونوربووو، 2003).

نظرا لتلك الظاهرة، رغبت في بحث شهادة الحلال. في هذه الدراسة لأبحث عن مستوى تفضيل المستهلك لمنتجات الحلال ولكن قد حاولت البحث الأمور التي تؤثر على الوعي لدى منتجي المواد الغذائية لشهادة الحلال. وقد أجريت هذه الدراسة في العاصمة الإندونيسيا جاكرتا، وخصوصا في منطقة سليمان و بانتول. والنتيجة من هذا البحث ستكون اقتراحا ونصيحة لمؤسسة البحث عن الطعام و الدواء والغذاء مجلس العلماء في إندونيسيا (LPPOM MUI) ومؤسسة أخرى ذات علاقة بشهادة الحلال في تعزيز المنتجين كي يشاركون في برنامج شهادة الحلال لحماية المستهلكين من المنتجات الضارة.

وبناء على خلفية مشكلة البحث فتكون صيغة المشكلة على النحو الآتي: هل ان الفهم الديني له اثر على المنتج الحلال، وهل ان الانتاج الحلال له اثر على تحقيق الربح، وهل ان التوعية العامة للمنتج الحلال في المواد الغذائية وتطبيق شروط العمل والحصول على شهادة الحلال اثر على المنتجاتها؟

نظرية شهادة الحلال

رأى مجلس علماء إندونيسيا (MUI) أن منتجات الحلال هي التي يجب ان تعتمد شروط الانتاج الحلال وفقا لأحكام الشريعة الإسلامية، ولا تحتوي على المكونات المشتقة من الخنازير والمواد المشتقة من الأعضاء البشرية والدم والبراز والحيوانات المذبوحة بالطريقة التي تخالف الشريعة الإسلامية. وبالإضافة إلى ذلك، جميع المواد الغذائية والمشروبات التي لا تحتوي على الخمر (LPPOM MUI، 2002). و للحلال حدود، منها: (1) الحلال

لذاته، (2) الحلال لصفته، (3) الحلال من حيث المكان، (4) الحلال حيث العملية، (5) أداة قانونية معالجة، (6) الحلال في التخزين، (7) الحلال في التوزيع، و (8) الحلال في عرضه.

ذكر في كتاب إرشادات الفتوى لمنتجات الحلال (2003) أن شهادة الحلال هي فتوى مكتوبة من مجلس العلماء إندونيسيا التي صرحت بحلال المنتج وفقا لأحكام الشريعة الإسلامية. شهادة الحلال هي شرط في إدراج تسمية الحلال على المنتجات. والغرض من تنفيذ شهادة الحلال على المنتجات الغذائية هو حماية المستهلكين المسلمين من المنتجات الغذائية الضارة.

شهادات الحلال للمصنعين هي كالمسؤولية. وتشير هذه المسؤولية إلى وعي صناعات الحلال باعتبارها أنها لا يمكن فصلها عن البيئة الاجتماعية وفي نفس الوقت أن هذه المسؤولية مسؤولية شخصية للمصنعين لأجل مصالح الآخرين، فمن ثم نسميها بالإنسانية، وهي التي تقوم على رفاة الإنسان وتعرف في أصول الفقه بالمصالح المرسله التي تتركز على نقطتين: جلب المصالح ودفع الضرر لتحقيق العدالة في الحياة (النجار، 2002: 21). الأفعال التي تحتوي على عناصر الظلم والقسوة - التي هي عكس العدالة في مجال الأعمال - قد شرحت في كتب الفقه القديمة و المعاصرة. (ابن رشد، بدون السنة، المخلص 2008، سيد السابق 1999).

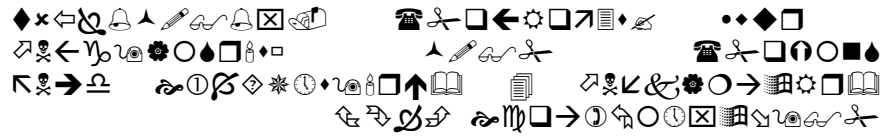
نظرية الوعي

الوعي هو معرفة، وفهم، وتصرف وفقا للقوانين (فروادارمينتو، 1949). ويجايا (1980) يقول: أن الوعي يمكن أن يفسر بأنه يشعر به ويذكر الظروف الفعلية أو يذكر نفسه. ورأى إقبال (2008) أن الوعي هو مبدأ روحي ووظيفته هو تقديم نور حياة الإنسان وذلك في حالة التركيز الذاتي.

من تعاريف الوعي المذكورة عرف أن هذا الوعي لا يأتي من تلقاء نفسه ولكن له عوامل. عند رأي فروادارمينتو أن وعي المرء صادر من معرفة الحكم والقانون، ويرى ويجايا أن

وعي الشخص يظهر بفهم طبيعة نفسه، ويرى إقبال أن وعي الإنسان يظهر بسبب فهم الدين.

كما ذكر في القرآن الكريم، سورة الحشر الآية: 19



ويرى الشوكاني (2001: 1731) أن في هذه الآية أمر للناس ألا ينسوا الله بمعصيته و لا يخافوا منه، فالله يجعل هؤلاء الناس ينسون أنفسهم ويستمر في العصيان و المنكر .

نظرا للآية السابقة ، نجد أن حقيقة الوعي في الإسلام هو معرفة الله وذكره وشعور بخادمة الله و خلفائه في الأرض حتى لا نسقط في الفسوق والكفران والعصيان. وتحقق الوعي بتنفيذ أوامر الله وتجنب نواهيه كشكل من أشكال العبودية له ، و أيضا باهتمام العمل الاجتماعي لكي يظهر مجتمع ذو أمن وسلامة ، وإقامة شهادة الحلال تكون مثلا في تطبيق الوعي.

نظرية فهم الدين

الفهم هو مستوى قدرة الشخص على فهم معنى أو مفهوم شيء أو حقيقة الوضع . في هذه القضية لا يكفي حفظها ولكن لا بد من فهم المشكلة أو الحقيقة في مسألة ما، إذا فحقيقة الفهم هي عملية تمييز ، وتعديل ، وإعداد وإحضار ، وإدارة ، وتفسير ، وتبيين ، وتظاهر، وتمثيل وتقدير ، وتحديد ، وأخذ تقرير (فورانتوا ، 1997). ورأى أزوار (1987) أن الفهم هو القدرة على الشرح والتصنيف و التلخيص ، والتوقع ، والتفريق . في الوقت نفسه ، وقال وينكيل (1996) ، أن الفهم يشمل قدرة على فهم معنى ما يدرس.

من مؤشرات الفهم كما ذكرها الخبراء فنلخص أن من يفهم الدين هو الذي عنده القدرة على عملية التمييز ، والتعديل ، وإعداد وإحضار ، وإدارة ، وتفسير ، وتبيين ،

وتظاهر، وتمثيل وتقدير ، وتحديد ، وأخذ تقرير في الأمور الدينية. والرجل الذي لديه هذه الصفات وهي من الصفات المؤشرة سابقا يسمى بالمجتهد ليس الإنسان العادي (العثميين، 2003).

والعلماء يأتون بالحدود لعامة الناس في فهم دين الإسلام. فيجب على كل إنسان فرضا عينا أن يفهم الأمور الأساسية في الدين ولا يمكن أن يستقيم الدين إلا بها، كما أشار ذلك الشيخ عبد الوهاب رحمه الله (1997) في كتابه الأصول الثلاثة. ويأتي الشيخ ناصر بن سليمان العمر بأثلة القضايا التي يجب أن يفهمها الإنسان منها أركان الإيمان، وأركان الإسلام وممارسات المفروضات للجميع (www.almoslim.net). في حين أن المطلوب من قبل فهم دين الإسلام بنسبة إلى عامة الناس هو فهم عام ولا يصل إلى درجة الاجتهاد لأن فهم الدين على وجه عميق جدا يسن (العثميين، 1997). ويشمل الفهم العام من الدين معرفة القواعد المتعلقة بأركان الإيمان وأركان الإسلام والأفعال اليومية مثل التجارية والمعاملة مع الآخرين.

نظرية الهدف الربحي

يكون معظم العمل موجها نحو تحقيق الربح (الهدف الربحي) بوساطة شراء البضائع وبيعها و برأس المال القليل مع غرض الربح يتجاوز رأس المال هو الطبيعة الأساسية في مجال الإقتصاد. وقال ألما (2009): للحصول على ربح كثير يسعى الصانع على ثلاث تحديات رئيسية، هي التحديات الإنتاجية ، وتحديات الجودة و تحديات السوق . ويبين كوتلير (1989) أنه من أجل زيادة الربح وارتفاعه فلا بد على الشركة أن توضح للمحتجين غرض الشركة بإصلاح الخدمة وتحسينها إليهم ، وكذلك أن تنظم التسويق للوصول إلى الهدف. وبناء على النظرية التي طورها ألما، فشهادة الحلال بالإضافة إلى التطبيق لغرض الأهوية - التي كانت قد قطعت وجذبت من جذور الأنشطة التجارية - فهي أيضا تعتبر من الأدوات الاستراتيجية التي لها قيمة عالية للمنتجين لتحقيق الربح ، وخاصة في البلدان التي معظم سكانها من المسلمين.

نظرية مستوى التعليم

تعريف التعليم وفقا للقانون رقم 20 السنة 2003 في المادة (1) والآية (1) هو أنه جهد واع و متعمد لإيجاد جو من التعلم وعملية التعلم بحيث المتعلمون يتوسعون في علوم ما لكي يحصلون على القوة الروحية في الدين ، وضبط النفس ، والشخصية السليمة ، والخلق الحسنة ، والمهارات التي يحتاج إليها المجتمع والأمة و الدولة (قانون رقم 20 ، السنة 2003)
والتعليم في اللغة العربية بمعنى التربية من الفعل "رى". والفعل "رى" بمعنى التثقيف والكلمة "رى" قد استخدمت منذ عهد النبي صلى الله عليه والسلام. و أحد أسماء الله من كلمة "رى" لأن الله هو يتقف، يغذي ويراعي (منجد، 1986). والكلمة الأخرى التي لها معنى التربية هي أدب، وعلم (درجات، 1992). و يقول سوكانتوا (1982) فيه احتمال قوي بأن التعليم العالي هو من عوامل زيادة درجة الامتثال أو الوعي للقانون.

والامتثال للقانون والأخلاق الجيدة هي ذات الصلة القوية بالتعليم ، بما في ذلك الامتثال للقوانين والخلق الحسنة التي يملكها من يغرق في مجال الأعمال التجارية والصناعية. العلم والمعرفة والخلق الحسنة وقواعد القانون التي صدرت من التعليم تدخل داخل النفس التي تؤثر على السلوك في ممارسة التجارة. وهناك فرق بين العالم والجاهل كما قال تعالى في سورة الزمر الآية 9: وقد كتب هذه الآية الإمام النووي (2002) في كتابه رياض الصالحين تحت باب العلم.

ومن خطوات المصنعين لتحقيق الغرض ذو قيم الإنسانية وقيم الروحية الدينية في العمل هي الحفاظ على المنتجات الحلال وتوفير المعلومات الرسمية للمستهلك بعملية إصدار شهادة الحلال ووضع علامة الحلال.

أسلوب البحث

نوع البحث

النهج المستخدم في هذه الدراسة هو المنهج الكمي. أسلوب البحث الكمي أسس على فلسفة بوسيتيفمي ينظر الى الواقع أن يكون مصنفاً ، وثابتاً، وملموساً، وملاحظاً، وقابلًا للقياس، والعلاقة بين السبب والمسبب. (سوجيونو، 2008).

السكان وأخذ العينات

السكان من هذا البحث هم منتجي الأغذية في منطقة سليمان وبانتول، إما من يعتمد ويضع منتجاته موثقة بشهادة الحلال أو من لم يشاهدها عليها. والمجيبون في هذا البحث لا يقتصر على المصنّع المسلم نظراً لوجود المصنع غير المسلم وقد شاهد منتجاته بشهادة الحلال. وعدد المصنع الذي يشاهد منتجاته بشهادة الحلال وعدد من لم يشاهد منتجاته بشهادة الحلال موضح في الجدول 1 ما يلي:

الجدول 1

السكان مصنعي المواد الغذائية

الرقم	المكان	المصانع التي تكون منتجاتها محتومة بشهادة الحلال	المصانع التي لا تكون منتجاتها محتومة بشهادة الحلال
1	سليمان	97	60
2	بانتول	41	14
	المجموع	138	74

المصدر: مؤسسة البحث للطعام و الدواء والغذاء

مجلس العلماء الإندونيسي (LPPOM MUI)

العينات

العينات في هذا البحث اعداد السكان أكثر من 10 مرات العدد المذكور من المتغيرات، والمتغير في هذه الدراسة أربعة متغيرات، واحد من المتغيرات هو متغير معتمد (تابع) والثلاثة الباقية من المتغيرات المستقلة، وعدد العينات في هذا البحث خمسون، من مجيها 50 وعلى رأي سوجيونو (2008) أنه لائق وكاف ليكون عينة. وتعرض نسبة العينات في الجدول التالي:

الجدول 2

الرقم	المصنع	عدد السكان	عدد العينة	نسبة العينة
1	المصانع التي تكون منتجاتها محتومة بشهادة الحلال	138	25	18,1%
2	المصانع التي لا تكون منتجاتها محتومة بشهادة الحلال	74	25	33,8%
	المجموع	212	50	23,6%

المصدر: مؤسسة البحث للطعام و الدواء والغذاء
مجلس العلماء الإندونيسي (LPPOM MUI)

تقنيات تحليل البيانات

تقنيات تحليل الانحدار

يستخدم تحليل الانحدار المتعدد لاختبار فرضية البحث، والوعي على شهادة الحلال (Y) هي وظيفة من أبعاد الفهم الديني (X1) ، والدافع لتحقيق الربح (X2) ومستوى التعليم (X3) حتى يحصل على معادلة الانحدار التالية :

$$e + b_1x_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + أ = Y$$

حيث:

أ :	الثوابت
X1 :	فهم الدين
X2 :	الدافع للحصول على الربح
X3 :	مستوى التعليم
B1-B3 :	معاملات انحدار X1 ، X2 ، X3
e :	الخطأ الخوف

الوعي على شهادة الحلال في إندونيسيا

قبل إجراء تحليل الانحدار المتعدد علينا القيام أولاً باختبار الصلاحية (validity) وموثوقية (reliability) وكذلك العذراء الكلاسيكية (classic assumption) الذي يشمل على اختبار multicollinearity، الارتباط الذاتي (autocorrelation)، heteroskedasticity واختبار الحياة الطبيعية (normality).

نتيجة البحث والمناقشة

اختبار الأداة

اختبار الصلاحية (Validity)

نتيجة اختبار صلاحية المتغير Y (الوعي على مفهوم شهادة الحلال) تعرف من أن جميع البنود المدرجة لاستبيان المتغير Y (تدل على الوعي بشهادة الحلال) لها معامل الارتباط < من قيمة r خطيرة 0.300 ، وبالتالي أن عناصر الأسئلة صالحة وصحيحة لتكون أداة. اختبار صلاحية المتغير X1 (فهم الدين) و X2 (الدافع لتحقيق الربح) لها معامل الارتباط < من قيمة r خطيرة 0.300 ، وبالتالي أن عناصر الأسئلة في المتغير X1 (فهم الدين) و X2 (الدافع لتحقيق الربح) صالحة وصحيحة لتكون أداة.

اختبار الموثوقية (Reliability)

الجدول 3

موجز نتيجة اختبار الموثوقية للمتغير Y, X1, X2
(المقاومة الحرارية الحرجة من 0.300/قيمة r خطيرة 0.300)

الوصف والبيان	كرونباخ ألفا	المتغير	الرقم
موثوق	0,919	Y	1
موثوق	0,924	X1	2
موثوق	0,830	X2	3

المصدر: الملحق من النتيجة الإحصائية للعلوم الاجتماعية التي تعيد معالجتها

في الجدول 3 السابق نعرف أن معامل ألفا كرونباخ لجميع المتغيرات السابقة (Y، X1 و X2) على التوالي $<$ من قيمة r خطيرة 0.300، فيمكن أن نلخص أن استبيان كل المتغيرة موثوقة. وبعبارة أخرى على أن جميع الأسئلة في الاستبيان المتعلق بمتغير الوعي على شهادة الحلال، الفهم الديني والدافع للحصول على الربح من الأداة الموثوقة.

اختبار العذراء الكلاسيكية

اختبار الحياة الطبيعية (Normality)

الاختبار الإحصائي المستخدمة في هذه الدراسة هي اختبار كولموجوروف - سميرونوف و تحليل الرسم البياني (عادي ف ف المؤامرة/normal p-p plot). ويمكن ملاحظة نتيجة اختبار الحياة الطبيعية في الجدول 4 التالي:

الجدول 4

ملخص نتيجة اختبار الحياة الطبيعية

الوصف والبيان	Asymp.sig	المتغير	الرقم
عادي	0,361	X1	1
عادي	0,234	X2	2
عادي ق	0,086	X3	3

المصدر: الملحق من النتيجة الإحصائية للعلوم الاجتماعية التي تعيد معالجتها

من الجدول 4 نجد أن المتغير X1 (الفهم الديني) قيمة احتمالته $0.361 < 0.05$ ، و المتغير X2 (الدافع لتحقيق الربح) قيمة احتمالته $0.234 < 0.05$ و المتغير X3 (ومستوى التعليم) قيمة احتمالته $0.086 < 0.05$. كل من المتغير المستقل له قيمة Asymp . سيح (2 الذيل) < 0.05 ، وهذا يعني أن البيانات المتبقية توزع بصورة اعتيادية.

اختبار الخطوط المتعددة (Multicollinearity)

الخطوط المتعددة هي أن يحدث ترابط قوي بين الخطوط فاذا حصل ترابط فالاختبار صحيح واذا حصل تغير وعدم ارتباط في متغيرتين أو أكثر من المتغيرات المستقلة فالواقع غير صحيح . للكشف عن الخطوط المتعددة في هذه الدراسة يستخدم الباحث قيمة التسامح و Inflation faktor (VIF) في نموذج الانحدار. وتكون نتيجة اختبار الخطوط المتعددة (Multicollinearity) في الجدول 5 التالي:

الجدول 5

نتيجة اختبار ملخص الخطوط المتعددة (Multikoliniieritas)

الوصف والبيان	قيمة الواقع	VIP	قيمة التسامح	المتغير	الرقم
	0,802 قريب				
لم يحدث الترابط القوي بين الخطوط	1 من 1,246 و > 10	1,246	0,802	X1	1
	0,790 قريب				
لم يحدث الترابط القوي بين الخطوط	1 من 1,267 و > 10	1,267	0,790	X2	2
	0,970 قريب				
لم يحدث الترابط القوي بين الخطوط	1 من 1,031 و > 10	1,031	0,970	X3	3

المصدر: الملحق من النتيجة الإحصائية للعلوم الاجتماعية التي تعيد معالجتها.

نجد في الجدول الخامس أن قيمة VIP كل المتغيرات (X1, X2, X3) هي > 10 و قيمة التسامح أقرب إلى 1 ، وبالتالي لم يحدث الترابط القوي للخطوط أو .multicollinearity

اختبار Heteroscedasticity

الوعي على شهادة الحلال في إندونيسيا

يقام اختبار أعراض heteroscedasticity لمعرفة وجود علاقة بين المتغيرة المشوشة أو المتبقية مع المتغيرة المستقلة . ولاختبار أعراض عدم التجانس في هذه الدراسة تستخدم معامل ارتباط spearman rho . ونتيجة اختبار عدم التجانس مع معامل الارتباط spearman rho يكون في الجدول التالي :

الجدول 6

نتيجة اختبار عدم التجانس (Heteroscedasticity)

الوصف والبيان	الواقع	أهمية (2)- الذيل	المتغير	الرقم
لا يحدث Heteroskidastity	<0,386 0,05	0,386	X1	1
لا يحدث Heteroskidastity	<0,454 0,05	0,454	X2	2
لا يحدث Heteroskidastity	<0,499 0,05	0,499	X3	3

المصدر: الملحق من النتيجة الإحصائية للعلوم الاجتماعية التي تعيد معالجتها

من الجدول 6 ، نلاحظ أن معامل ارتباط spearman rho ، وهو ارتباط كل متغيرة مستقلة مع المتغيرة المشوشة أو المتبقية له أهمية < 0.05 . وعلاقة بين المتغيرة المستقلة مع المتغيرة المشوشة أو المتبقية تعطي أهمية أكثر من 0.05 حينئذ لا يوجد عدم مشكلة التجانس (Heteroscedasticity).

اختبار الترابط التلقائي (Autocorrelation)

اختبار الارتباط الذاتي في هذه الدراسة باستخدام اختبار دورين واتسون (DW) . نلاحظ قيمة دورين واتسون (DW) على الحساب الإحصائي من خلال ملخص الجدول 7 التالي :

الجدول 7

اختبار الترابط التلقائي

النموذج	R	ساحة R	معدلة ساحة R	تقدير قياس الخطأ	دورين - واتسون
1	0,817	0,667	0,645	1,975	1,665

المصدر: الملحق من النتيجة الإحصائية للعلوم الاجتماعية التي تعيد معالجتها

قيمة الدورين - واتسون في الجدول 7 تكون 1,665 وهي تدور بين 1,55 - 2,46 وتقترب إلى 2. وفي $df = (1-3-50) = 46$ فقيمة $dl : 1,20$ و $du = 1.48$. وبالتالي لا يحدث الارتباط الذاتي في نموذج الانحدار

نتيجة تقدير معادلة الانحدار المتعدد

نظرا لنتيجة تقدير معادلة الانحدار المتعدد من أثر الفهم الديني ، والدافع لتحقيق الربح ومستوى التعليم على وعي شهادة الحلال، فيمكن أن نحصل عليها بنظر المعاملة مع كل المتغيرات في ملخص نتيجة البيانات الإحصائية في الجدول 8 التالي :

الجدول 8

ملخص الانحدار

الرقم	المتغير	الدرجة	معيار الخطأ	العدد - t (t- hitung)	الأهمية
1	الثابت C	-32, 179	4,523	-7,114	0,000
2	الفهم الديني	0, 694	0,102	6,815	0,000
3	والدافع لتحقيق الربح	0,349	0,135	2,586	0,013

0,148	1,471	0,254	0,373	ومستوى التعليم	4
			0,667	ساحة R	5
			0,645	معدلة ساحة R	6
			1,975	تقدير قياس الخطأ	7
			179,515	مبلغ ساحة المشوشة	8
			30,724	العدد F-	9
			0,000	الأهمية (العدد F-)	10

المصدر: الملحق من النتيجة الإحصائية للعلوم الاجتماعية التي تعيد معالجتها

نظرا للملخص نتيجة تقدير الانحدار المتعدد السابق، فتكون معادلة الانحدار الخطي المتعدد كما يلي:

$$0,373X3 + 0,349 X2 + 0,694 X1 + -32,179 = Y$$

وتفسير الانحدار الخطي المتعدد العديد في الجدول 8 نحو التالي:

أ) قيمة -32,179 هي معامل ثابتة، وتكون قيمة نتيجة المتغير Y (الوعي على شهادة الحلال) التي لم يتأثر المتغيرات المستقلة و هي X1 (الفهم الديني)، X2 (الدافع لتحقيق الربح) و X3 (مستوى التعليم). والمعنى في ذلك أنها إذا كانت قيمة X1 (الفهم الديني)، X2 (الدافع لتحقيق الربح) و X3 (مستوى التعليم) في كائن البحث تساوي الصفر فقيمة المتغير التابع Y (الوعي على شهادة الحلال) في موقع البحث تكون -32,179 في المئة.

- (ب) قيمة معامل $b_1 = 0.694$ ، وهذا يعني أنه إذا كانت قيمة X_1 (الفهم الديني) تزيد نقطة واحدة و حينئذ المتغيرة المستقلة الأخرى ثابتة، فقيمة المتغير Y (الوعي على شهادة الحلال) في موضوع البحث ستزيد 0.694 في المئة.
- (ج) قيمة معامل $b_2 = 0.349$ ، وهذا يعني أنه إذا كانت قيمة X_2 (الدافع لتحقيق الربح) تزيد نقطة واحدة و حينئذ المتغيرة المستقلة الأخرى ثابتة، فقيمة المتغير Y (الوعي على شهادة الحلال) في موضوع البحث ستزيد 0,349 في المئة.
- (د) قيمة معامل $b_3 = 0.373$ ، وهذا يعني أنه إذا كانت قيمة X_3 (مستوى التعليم) تزيد نقطة واحدة و حينئذ المتغيرة المستقلة الأخرى ثابتة، فقيمة المتغير Y (الوعي على شهادة الحلال) في موضوع البحث ستزيد 0,373 في المئة.
- وفقا لمعادلة الانحدار السابقة، فإن التغيير في مستوى المتغير Y (الوعي على شهادة الحلال) التي حدثت في كائن البحث يكون في خط واحد مع التغيرات في المتغير X_1 (الفهم الديني)، X_2 (الدافع لتحقيق الربح) و X_3 (مستوى التعليم)، والسبب في ذلك أن معامل الانحدار في المتغير المستقل إيجابي، فنقص قيمة المتغيرة المستقلة يؤدي إلى نقص قيمة المتغيرة Y ، وكذلك زيادة قيمة المتغيرة المستقلة تؤدي إلى زيادة قيمة المتغيرة Y .

أهمية نتيجة التقدير

اختبار F (اختبار الأهمية في وقت واحد)

يجرى اختبار الأهمية في وقت واحد باختبار F . اختبار F يستخدم لاختبار جميع المتغير المستقل في وقت واحد لمعرفة أثر المتغيرات المستقلة بصورة مشتركة على المتغير التابع إلى حد أهمية التأثير. وصياغة الفرضية هي على النحو التالي:

H_0 : لا يوجد أثر المتغيرات X_1 ، و X_2 و X_3 على المتغيرة Y جماعة

H_a : يوجد أثر المتغيرات X_1 ، و X_2 و X_3 على المتغيرة Y جماعة

في اختبار F يستعمل مستوى ثقة 95% أو $\alpha = 0.05$ و $df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$

و $df_2 = n - k = 50 - 4 = 46$ فيحصل على قيمة الجدول = 2.81. ومعايير اختبار F

هو إذا كنت قيمة F العدد $F <$ الجدول ثم يتم رفض H_0 وقبول H_a . والمعنى في ذلك أن هناك تأثير على المتغير المستقل كله على المتغير التابع في وقت واحد أو بشكل مشترك. وعلى العكس إذا كنت قيمة F العدد $F >$ الجدول فيتم قبول H_0 ورفض H_a ثم يتم رفض H_0 وقبول H_a والمعنى في ذلك أنه لا تأثير من المتغير المستقل كله على المتغير التابع في وقت واحد أو بشكل مشترك.

واستنادا على النتيجة الواردة في الجدول 8 يعرف أن F العدد أو F الإحصائية قيمتها 30.724، وبلغت قيمة F - جدول إلى 2.81. وبناء على هذه المعطيات، فنعرف أن $F <$ العدد F في الجدول لذلك رفضت H_0 و قبلت H_a ، فيفهم من ذلك أن فهم الدين (X_1)، والدافع لتحقيق الربح (X_2) والمستوى التعليمي (X_3) لها أثر على المتغيرة التابعة Y (الوعي على شهادة الحلال) جماعة.

اختبار T (اختبار الأهمية الجزئية)

ويتم اختبار الأهمية الجزئية باستخدام اختبار T . والهدف من هذا الاختبار هو معرفة أثر كل من المتغيرات X بشكل فردي على المتغير Y . في هذه الدراسة توجد ثلاثة متغيرات مستقلة، فصياغة فرضية هي على النحو الآتي:

H_0 : لا يوجد تأثير على التغيرات في X_1 بشكل كبير على التغيرات في Y عند ما تثبت التغيرات في X_2 و X_3 .

H_0 : لا يوجد تأثير على التغيرات X_2 بشكل كبير على التغيرات في Y عند ما تثبت التغيرات في X_1 و X_3 .

H_0 : لا يوجد تأثير على التغيرات X_3 بشكل كبير على التغيرات Y عند ما تثبت التغيرات في X_1 و X_2 .

H_a : يوجد تأثير على التغيرات X_1 بشكل كبير على التغيرات Y عند ما تثبت التغيرات في X_2 و X_3 .

Ha: يوجد تأثير التغيرات X2 بشكل كبير على التغيرات Y عند ما تثبت المتغيرات في X1 و X3.

Ha: يوجد تأثير التغيرات X3 بشكل كبير على التغيرات Y عند ما تثبت المتغيرات في X1 و X2.

في اختبار T يستعمل مستوى ثقة 95% أو $\alpha = 0.05$ و $df = n - k = 50 - 4 = 46$ فيحصل على قيمة الجدول = 1.68. ومعيار اختبار T هو إذا كانت قيمة T العدد < T الجدول ثم يتم رفض Ho وقبول Ha. والمعنى في ذلك أن هناك تأثير المتغير المستقل كله على المتغير التابع في وقت واحد أو بشكل مشترك. وعلى العكس إذا كانت قيمة T العدد > T الجدول فيتم قبول Ho ورفض Ha. وتستخدم أيضا مقارنة بين أهمية T العدد مع ألفا $\alpha = 0.05$ ، فيتم رفض Ho وقبول Ha إذا كانت أهمية العدد > ألفا $\alpha = 0.05$ ، وتقبل Ho وترفض Ha إذا كانت أهمية العدد < ألفا $\alpha = 0.05$ ، واختبار أهمية الجزئي يعرض في الجدول التالي:

الجدول 9
نتيجة اختبار T (اختبار الأهمية الجزئية)

الوصف والبيان	T الجدول	T العدد	A	الأهمية	المتغيرة المستقلة
توجد الأهمية	1,68	6,815	0,05	0,000	X1 (الفهم الديني)
توجد الأهمية	1,68	2,586	0,05	0,013	X2 (الدافع لتحقيق الربح)
لا توجد الأهمية	1,68	1,471	0,05	0,148	X3 (مستوى التعليم)

المصدر: الملحق من النتيجة الإحصائية للعلوم الاجتماعية التي تعيد معالجتها

إذا نظرنا إلى الجدول 9 السابق فيمكن أن نختبر فرضية كل متغير مستقل على النحو الآتي:

(1) اختبار الفرضية الأولى

واعتمادا على نتيجة تحليل الانحدار الخطي المتعدد الذي يوجد في الجدول 9 فنحصل على أن قيمة T العدد للمتغيرات X1 (الفهم الديني) هي 6,815 وقيمة T الجدول 1,68. فيكون T العدد < T الجدول. وأما قيمة أهمية T العدد للمتغيرة X1 (الفهم الديني) = 0,000، فقيمة أهمية T العدد > (0.05) α . وبناء على هذه النتائج يتم رفض H_0 وقبول H_a و المعنى في ذلك أن فهم الدين (X1) يؤثر إلى حد كبير على الوعي على شهادة الحلال (Y) وتفترض المتغيرة X2 (الدافع لتحقيق الربح) (X2) و المتغيرة X3 (المستوى التعليمي) ثابتة.

(2) اختبار الفرضية الثانية

واعتمادا على نتيجة تحليل الانحدار الخطي المتعدد التي توجد في الجدول 9 فيحصل على أن قيمة T العدد للمتغيرة X2 (الدافع لتحقيق الربح) هي 2,586 وقيمة T الجدول 1,68. فيكون T العدد < T الجدول. وأما قيمة أهمية T العدد للمتغيرة X2 (الدافع لتحقيق الربح) = 0.013، فقيمة أهمية T العدد > (0.05) α . وبناء على هذه النتائج يتم رفض H_0 وقبول H_a و المعنى في ذلك أن X2 (الدافع لتحقيق الربح) يؤثر إلى حد كبير على الوعي على شهادة الحلال (Y) وتفترض المتغيرة X1 (الفهم الديني) و المتغيرة X3 (المستوى التعليمي) ثابتة.

(3) اختبار الفرضية الثالثة

واعتمادا على نتيجة تحليل الانحدار الخطي المتعدد الذي يوجد في الجدول 9 فيحصل على أن قيمة T العدد للمتغيرات X3 (المستوى التعليمي) هي 1,471 وقيمة T الجدول 1,68. فيكون T العدد > T الجدول. وأما قيمة أهمية T العدد للمتغيرات X3 (المستوى التعليمي) = 0,148، فقيمة أهمية T العدد < (0.05) α . وبناء على هذه النتائج يتم قبول H_0 ورفض H_a و المعنى في ذلك أن X3 (المستوى التعليمي) لا يؤثر إلى حد كبير على الوعي على شهادة الحلال (Y) وتفترض المتغيرات X1 (الفهم الديني) و المتغيرات X2 (الدافع لتحقيق الربح) ثابتة.

اختبار معامل التحديد (R^2)

وأجري هذا الاختبار لمعرفة مساهمة المتغيرات المستقلة - الفهم الديني (X1)، والدافع لتحقيق الربح (X2) والمستوى التعليمي (X3) على الوعي على شهادة الحلال (Y). قيمة R^2 بين صفر وواحد ($0 < R^2 < 1$)، وضوابطه تالية:

واعتمادا على الجدول 8 أن قيمة $R^2 = 0.667$ وأكثر قريبا إلى 1 ويعني أن العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة لها قوة وثقة ومقاربة وجيدة، وهذه تدل على

أن المتغيرات المستقلة الثلاثة تؤثر 66.7٪ على المتغيرات التابعة، والتأثير الباقي يكون من قبل عامل آخر وقيمته 34.3٪. وبعبارة أخرى أن مساهمة المتغيرات المستقلة - الفهم الديني (X1) ، والدافع لتحقيق الربح (X2) والمستوى التعليمي (X3) على الوعي على شهادة الحلال (Y) تكون 66.7٪. وبلغت قيمة معدلة R^2 في الجدول 8 إلى 0.645 و هي أيضا ليست بعيدة عن معامل التحديد (R^2) التي هي قريبة من 1 ، لذلك يكون النموذج قيمة جيدة.

الخاتمة والخلاصة

استنادا على هدف البحث والبيانات المعالجة يمكن الحصول على النتائج الآتية:

- (1) أن فهم الدين (X1)، والدافع لتحقيق الربح (X2) والمستوى التعليمي (X3) لها أثر على المتغيرة التابعة Y (الوعي على شهادة الحلال) جماعة..
- (2) أن فهم الدين (X1) يؤثر إلى حد كبير على الوعي على شهادة الحلال (Y) وتفترض المتغيرة X2 (الدافع لتحقيق الربح) (X2) و المتغيرة X3 (المستوى التعليمي) ثابتة. وكذلك أن X2 (الدافع لتحقيق الربح) يؤثر إلى حد كبير على الوعي على شهادة الحلال (Y) وتفترض المتغيرة X1 (الفهم الديني) و المتغيرة X3 (المستوى التعليمي) ثابتة. أما X3 (المستوى التعليمي) لا يؤثر إلى حد كبير على الوعي على شهادة الحلال (Y) وتفترض المتغيرة X1 (الفهم الديني) و المتغيرة X2 (الدافع لتحقيق الربح) ثابتة.
- (3) أن قيمة $R^2 = 0.667$ وأكثر قليلا إلى 1 ويعني أن العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغيرة التابعة قوية وثيقة وقريبة وجيدة، وهذه تدل على أن المتغيرات المستقلة الثلاثة تؤثر 66.7٪ على المتغيرة التابعة، والتأثير الباقي يكون من قبل عامل آخر وقيمته 34.3٪. وبعبارة أخرى أن مساهمة المتغيرات المستقلة - الفهم الديني (X1) ، والدافع لتحقيق الربح (X2) والمستوى التعليمي (X3) على الوعي على شهادة الحلال (Y) تكون 66.7٪. وبلغت قيمة معدلة R^2

في الجدول 8 إلى 0.645 و هي أيضا ليست بعيدة عن معامل التحديد (R^2) التي هي قريبة من 1 ، لذلك يكون النموذج قيمة جيدة.

المراجع

- Abaadi, al-Fairuz, 1994. Al-Qomus al-Muhith, Beirut: Muassasah ar-Risalah.
- Abdul, Mohani, Hasanah, Ismail, Hashim, Haslina, dan Johari, Juliana (2009). Consumer Decision Making Proses in Shopping for Halal Food in Malaysia, USA: China-USA Business Reviess.
- Abdul Wahab, Muhammad, 1997. Kitab Utsulu Atsalatsah, Riyad: Dar Ats-Tsurya.
- Aitelmaelem, Hicham, Breland, Patti, dan Zayak, Leona Reynolds (2005). Canadian Halal Meat Market Study: an Alternative Market For Alberta's Meat Industry, Canada: Alberta.
- Al-Hafid, Ibnu Rusd, Tth. Bidayatul Mujtahid Wa Nihayatul Muqtashid, Ttp: Darr al-Kutub Al-Islamiyah.
- Alma, Buchari, 2009. Pengantar Bisnis, Bandung: CV. Alfabeta.
- Al-Utsaimin, 2003. Syarhu al-Ushul al-Fiqh, Kairo: Dar Ibn al-Haitsami.
- Al-Utsaimin, 1997. Syarhu Tsalatsati al-Ushul, Riyad: Dar al-Tsurya.
- An-Najar, Abdul Jabar, Muslih, 2002. al-Adillah al-Mukhtalaf Fiha 'inda al-Ushuliyyin wa thathbiqatiha al-Mu'ashirah, Riyad: Maktabah ar-Rusyd.
- Apriyantono, Anton dan Nurbowo. 2004. Tanya Jawab Soal Halal. Jakarta: Khairul Bayan.
- Apriyantono, Anton dan Nurbowo. 2003. Panduan Belanja dan Konsumsi Halal. Jakarta: Khairul Bayan.
- Apriyantono, Anton, 2007. Pengetahuan Bahan Haram dan Syubhat, Jakarta: Khairul Bayan Press.

Arikunto, Suharsimi, 1992. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.

As-Sa'di, Ibnu Nashir, Abdurrahman, 2005. *Taisirul Karimir Rahman Fi Tafsiri Kalamil Manan*, Riyad: Dar Assunah.

Asy Syatibi, Abu Ishaq. T.th. *al Muwafaqat fi Ushul al Syari'at*. Dar al Kitab al-'Ilmiyat: Bairut Libanon.

Asy-Syaukani, 2001. *Fathul Qadir*, Riyad: Maktabah Ar-Rusyd.

Azwar, S. (2003), *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Blackwell, Roger D, 1997. *From Mind To Market, Dari Pikiran Ke Pasar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Bantul, 2008.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman, 2008.

Chapra, Umer. 2001. *The Future of Economiccs An Islamic Perspective*, Jakarta: SEBI.

Daradjat, Zakiah, 1992. *Ilmu Pendidikan Islam*, Jakarta : Bumi Aksara.

Husaini, Andian, 2005. *Wajah Peradaban Barat*. Jakarta: Gema Insani.

Ibnu Mandur, 1994. *Lisanul 'Arab*, Beirut: Dar Shodir.

Junus, Mahmud, 1973. *Kamus Arab Indonesia*, Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir al-Qur'an.

Jurnal Halal LPPOM MUI. Halal. No. 62/X/2006.

Jurnal Halal LPPOM MUI, No. 79, Edisi Sepetember – Oktober, Tahun XII 2009.

Jurnal Halal LPPOM MUI, No. 77, Edisi April-Mei, Tahun XII 2009.

Kamus Al-Munjid, 1986. Beirut-Libanon: Dar Al-Masyriq.

Kamus besar Bahasa Indonesia, 1990. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

Magazine of Departemen of Standard Malaysia, Ministry of Science, Technology and Innovation Malaysia, 23 September 2009.

Mudhafier, Fadhlan & H.A.F. Wibisono, 2004. Makanan Halal, Kebutuhan Umat dan Kepentingan Konsumen. Jakarta: Zakia Press.

Muhammad dan AS Pelu, Elmi, Ibnu, 2009. Label Halal Antara spiritual Bisnis dan Komoditas Agama, Malang: Madani.

Muhammad, Nik Maheran Nik, Isa, Filzah Md., Kifli, Bidin, Chee (2009). Positioning Malaysia as Halal-Hub: Integration Role of Suply Chain Strategy and Halal Assurance System, Malaysia: Journal Asian Social Science Vol. 5, No. 7.

Pedoman Fawa Produk Halal MUI, 2003. Jakarta: Proyek Pembinaan Pangan Halal ditjen Bimas Islam dan Penyelenggaraan Haji DEPAG RI.

Pedoman Tata Cara Penetapan Fatwa Pasal I “Dalam Majelis Ulama Indonesia, Himpunan Keputusan dan Fatwa Majelis Ulaman Indonesia, Jakarta: Majelis Ulama Indonesia 1995.

Poerwadarminta, WJS, 1980. Logat Kecil Bahasa Indonesia, Jakarta: JB. Wolter Gronigen.

Pokok-Pokok Pikiran LPPOM-MUI, “Tentang Makanan Halal dan Haram”, Jurnal-Jurnal No. 2/I/15 November 1994-15 Januari 1995.

Porwadarminta, W.J.S 1991. Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta : Balai Pustaka.

Purwanto, Ngalim, 1997. Prinsip-Prinsip dan Teknik Evaluasi Pengajaran, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Purwanto, Yadi, 2007. Psikologi Kepribadian Integritas Nafsiyah dan ‘Aqliyah Perspektif Psikologi Islami, Bandung: PT Refika Aditama.

Qardhawi, Yusuf, 1985. Halal dan Haram, Terj. Aunur Rafiq Shaleh Tamhid. Jakarta: Robbani Press.

Qardhawi, Yusuf, 1995. Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam. Terj. Didin Hafifuddin. Jakarta: Robbani Press.

Sabiq, Sayyid, 1999. Fiqh As Sunnah. Kairo: Dar El Fath.

Sakr, Ahmad, 1996. Understanding Halal Foods Fallacies and Facts. Lombart Illionis: Foundation For Islamic Knowledge.

Sugiyono, 2008. Metode Penelitian Bisnis, Bandung: Alfabeta.

Soekanto, Soerjono, 1986. Hukum Adat Indonesia, Jakarta: Rajawali Press.

Soekanto, Soerjono, 1982. Sosiologi Hukum Dalam Masyarakat, Jakarta: Rajawali press.

Soekanto, Soerjono, 1989. Suatu Tinjauan Sosiologi Hukum Terhadap Masalah-masalah Sosial, Bandung: Citra Aditya Bakti.

Soekanto, Soerjono, 1989. Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum, Jakarta: Rajawali press.

Stiglitz, Josep E. 2006. Dekade Keserakahan Era '90-an dan Awal Mula Petaka Ekonomi Dunia. Terj. Jakarta: Marjin Kiri.

Sudjana, 1996. Metode Statistika, Bandung: Tarsito.

Sutrisno, Hadi, 2001. Metodologi Research, Yogyakarta: Andi.

Undang-Undang No 20 tahun 2003 pasal 1 ayat (1)

Undang-Undang No 20 tahun 2003 pasal 1 ayat (8)

Widjaja, SW. 1980. Kesadaran Hukum Manusia dan Masyarakat Pancasila, Jakarta: CV. Era Swara.

www.almoslim.net.

الوعي على شهادة الحلال في إندونيسيا