

PENJENAMAAN HALAL

SATU PARADIGMA BARU



Penyunting
MOHD NOORIZZUDDIN NOOH



UNIVERSITI SAINS ISLAM MALAYSIA
جامعة العلوم الإسلامية الماليزية
ISLAMIC SCIENCE UNIVERSITY OF MALAYSIA

**PENJENAMAAN
HALAL
SATU PARADIGMA BARU**



PENJENAMAAN HALAL SATU PARADIGMA BARU

Penyunting

MOHD NOORIZZUDDIN NOOH

Penerbit

UNIVERSITI SAINS ISLAM MALAYSIA

Bandar Baru Nilai

Negeri Sembilan

2007

CETAKAN PERTAMA 2007

Hak Cipta Universiti Sains Islam Malaysia, 2007

Hak cipta terpelihara, tiada mana-mana bahagian daripada buku ini boleh diterbitkan semula, disimpan untuk pengeluaran atau ditukar kepada apa-apa bentuk dengan sebarang cara sekalipun tanpa izin bertulis daripada penerbit

Diterbitkan di Malaysia oleh
Penerbit USIM

UNIVERSITI SAINS ISLAM MALAYSIA

Bandar Baru Nilai, 71800 Nilai
Negeri Sembilan Darul Khusus
Tel:06-7988045 Faks:06-7991309

Reka bentuk oleh

ONLINE PRINTING NETWORK SND BHD

12-16, Jalan Sri Jati 2
Taman Sri Jati, Off Jalan Puchong
58200 Kuala Lumpur

Perpuatakaan Negara Malaysia

Data Penglatalogan-dalam-Penerbitan

Penjenamaan halal : satu paradigma baru / penyunting Mohd Noorizzuddin Nooh.
ISBN 978-983-2950-57-8

1. Halal food industry--Malaysia. 2. Food industry and trade--Malaysia.

1. Mohd Noorizzuddin Nooh.

33.19595

KANDUNGAN

Prakata	i
Pendahuluan	iii
<i>Mohammad Noorizzuddin Nooh</i> <i>Universiti Sains Islam Malaysia</i>	
Panduan Penentuan Makanan Halal Menurut Pandangan Ulama Serta Kesannya Terhadap IKS Muslim di Malaysia	1
<i>Azman Ab Rahman</i> <i>Universiti Sains Islam Malaysia</i>	
Kepentingan Bahasa Arab dalam Penghuraian Isu Makanan : Kajian Dalam al-Quran	17
<i>Wan Azura Wan Ahmad</i> <i>Lubna Abd. Rahman</i> <i>Arnida A. Bakar</i> <i>Zainur Rijal Abd Razak</i> <i>Universiti Sains Islam Malaysia</i>	
Keupayaan Mengekspot Produk Makanan Halal di Kalangan Pengusaha PKS di Malaysia	39
<i>Norlaila Abu Bakar</i> <i>Nor Aini Haji Idris</i> <i>Universiti Kebangsaan Malaysia</i>	

PKS di Persada Dunia Melalui Tanda Halal :

71

Kes Gelagat Pengguna

Sanep Ahmad

Hairunnizam Wahid

Surtahman Kastin

Universiti Kebangsaan Malaysia

Perkembangan dalam Ingredien Makanan :

99

Cabaran Malaysia dalam Menangani Isu Halal

Salmah Yusof

Alina Abd Rahim

Juriani Jalil

Universiti Sains Islam Malaysia

Penyelidikan dan Pembangunan (P&P)

121

di Kalangan IKS Makanan Halal di Malaysia

Mohd Ali Mohd Noor

Pazim @ Fadzim Othman

Universiti Malaya

PRAKATA

Alhamdulillah.

Buku ini adalah hasil himpunan daripada kertas kerja Seminar Keusahawanan Islam iCEPS2007 yang dianjurkan oleh pelajar tahun akhir Fakulti Ekonomi dan Muamalat, Universiti Sains Islam Malaysia pada Januari 2007 yang lalu. Himpunan artikel yang ada di dalam buku ini dapat merangkumkan fenomena penjenamaan yang semakin hari semakin kompetitif di persada pasaran global.

Objektif utama buku ini ialah untuk memberi maklumat kepada masyarakat mengenai industri Halal di Malaysia dan peranan yang dimainkan di pentas dunia. Isu-isu yang terkandung di dalam buku ini amat sesuai untuk pembacaan umum dan juga sebagai rujukan kepada masyarakat yang ingin tahu lebih lanjut mengenai industri Halal dalam negara.

Adalah diharapkan agar masyarakat akan mendapati bahawa buku ini amat bermanfaat dan dapat membantu memperkayakan ilmu pengetahuan dalam membangunkan ummah.

Wassalam,

Mohammad Noorizzuddin Nooh

Fakulti Ekonomi dan Muamalat

Universiti Sains Islam Malaysia

Jun 2007

PENDAHULUAN

Mohammad Noorizzuddin Nooh
Universiti Sains Islam Malaysia

Produk dan perkhidmatan berasaskan halal sedang mendapat pengiktirafan daripada dunia pada kadar yang amat memberangsangkan bukan hanya semata-mata kerana bilangan penganut agama Islam yang bertambah, namun secara signifikan ianya juga disebabkan oleh kesedaran masyarakat dunia yang menganggap bahawa halal ialah suatu tanda aras bagi kebersihan dan keselamatan. Makanan halal mempunyai permintaan yang tinggi bukan hanya kerana bilangan penganut agama Islam yang mencecah 1.5 billion namun ianya juga disebabkan permintaan dari masyarakat global tanpa mengira bangsa dan agama.

Matlamat untuk menjadikan Malaysia sebagai sebuah hab halal telah menjadi sasaran kerajaan sejak sekian kebelakangan ini. Di dalam negara sendiri, permintaan terhadap barangan dan perkhidmatan halal semakin meningkat secara mendadak. Adalah diharapkan agar kekuatan Malaysia di dalam industri berasaskan halal ialah sesuatu yang dapat dikongsi bersama oleh semua usahawan Muslim bukan hanya di Malaysia malah untuk semua umat Islam di seluruh dunia kerana kekuatan industri ini dari segi permintaan dan nilai adalah amat tinggi dan sentiasa akan berkembang sejajar dengan perkembangan populasi dunia.

Penjenamaan boleh menyumbang terhadap memberi nilai tambah kepada daya saing produk dan perkhidmatan keluaran negara. Jenama yang kuat akan dapat menyerlahkan identiti Malaysia dengan membezakan produk keluaran negara dengan produk keluaran antarabangsa yang lain. Dengan kata lain, halal kini bukan sahaja pada nama dan pada persijilan, malah halal kini bertindak sebagai jenama yang boleh berdiri sendiri. Namun, ia memerlukan pembudayaan di dalam negara mengenai kepentingan dan peranan halal itu sendiri

mewakili persepsi pengguna terhadap produk dan juga keupayaannya (Kotler and Armstrong, 2006). Pemasar mencari jenama yang dapat menyampaikan maksud konsep produk dan memposisikan produk itu di minda pengguna (Belch and Belch, 1998).

Walaupun jika Malaysia dapat membangunkan halal sebagai suatu jenama global, namun perkara yang paling penting ialah keupayaan untuk mengurus jenama tersebut secara terancang dan sistematik. Penjenamaan mempunyai tiga tujuan utama iaitu identifikasi produk, penjualan berulang, dan juga untuk mempertingkatkan penjualan produk baru (McDaniel et. All, 2006). Ramai yang menganggap bahawa jenama dan produk adalah merupakan perkara yang sama namun jenama adalah merupakan sesuatu yang lebih daripada hanya nama sesuatu produk. Jenama yang terbaik dapat mewujudkan perkaitan emosi dengan pengguna (Solomon et. All, 2006). Organisasi telah membelanjakan sejumlah wang yang besar untuk tujuan pembangunan produk baru, pengiklanan, dan promosi untuk mewujudkan jenama yang kukuh dan juga untuk menambah nilai kepada sesuatu organisasi.

Menurut Mohd Nakhaie (2005), perkara yang dibenarkan dalam Islam boleh ditafsirkan sebagai halal dan perkara yang dilarang pula ditafsirkan sebagai haram. Malaysian External Trade Development Corporation (2004), memberi tafsiran bahawa halal adalah perkataan dari bahasa Arab yang bermaksud perkara-perkara yang dibenarkan di dalam Islam.

Sebagai kesimpulan, dalam menjadi peneraju industri halal dunia, industri makanan negara akan membawa beban tugas yang berat dan mencabar dari segi kapasiti pengeluaran. Kegagalan untuk menitikberatkan kepentingan pengurusan jenama akan menyebabkan usahawan Muslim tersisih dan terasing dari industri halal. Pada akhirnya, diharapkan agar pengenalan kepada strategi penjenamaan halal dapat membantu usahawan dalam merealisasikan impian mereka untuk menjadi pemain dalam pasaran global.

RUJUKAN

- Baker, M and Heart S. 1999. *Product Strategy and Management*, Essex: Pearson Education Limited.
- Belch, G and Belch M. 1998. *Advertising and Promotion*. 4th Edition. USA: Irwin/McGraw-Hill. p. 56
- Keller, L.K. 2003. *Strategic Brand Management* 2nd Edition. Prentice Hall
- Kotler, P. and Armstrong, G. 2006. *Principles of Marketing*. 11th Edition. Pearson Education.
- Kotler et. All 1999. *Marketing Management: An Asian Perspective*. 2nd Edition Prentice Hall.
- Malaysian External Trade Development Corporation (MATRADE) 2004. *Branding for Export: Q&A*.
- McDaniel C. et all. 2006. *Introduction to Marketing*. 8th Edition. Thomson
- Mohd. Nakhaie Ahmad. 2005. *Halal Trade Fair: Halal From Islamic Perspective*. Malaysian International Halal Showcase (MIHAS)
- Solomon M. et all. 2006. *Marketing* 4th Edition. Pearson: Prentice Hall

Buku ini adalah hasil garapan daripada kertas kerja Seminar Keusahawan Islam iCEPS2007 yang bermatlamatkan untuk memperjuang dan memantapkan industri berasaskan halal di Malaysia. Artikel-artikal yang terkandung di dalam buku ini merangkumi isu-isu bermula dari penghuraian mengenai cara-cara menentukan makanan halal, peranan penyelidikan dan pembangunan produk halal, hinggalah ke isu dalam memperkasakan perusahaan kecil dan sederhana melalui persijilan halal.

Penghasilan buku ini memberi peluang kepada ahli akademik untuk mencetuskan lebih banyak idea dan penemuan dalam memperkuatkan industri halal yang semakin hari semakin berkembang. Buku ini juga sesuai untuk khalayak umum yang ingin menambah ilmu pengetahuan mengenai bidang halal. Adalah diharapkan buku ini dapat membantu semua golongan yang terlibat secara langsung atau tidak langsung demi memartabatkan industri halal di persada dunia.

