



Received: 2025-05-02

Accepted: 2025-11-26

Published: 2025-12-15

Original Article

Penggunaan Landskap Perkhidmatan di Premis Makanan dan Implikasinya Terhadap Industri Halal di Malaysia

(The Use of Servicescapes in Food Premises and Its Implications on the Halal Industry in Malaysia)

Nor 'Azzah Kamri^{a*}, Nurain Fatini Adnan^b & Aisyah Muhamad Talmizi^b

^a Associate Professor, Department of Islamic Management and Finance, Academy of Islamic Studies, Universiti Malaysia, 50603 Kuala Lumpur, Malaysia

^b Master Candidate, Department of Islamic Management and Finance, Academy of Islamic Studies, Universiti Malaysia 50603, Kuala Lumpur, Malaysia

* Corresponding author, email: azzah@um.edu.my

DOI: <https://doi.org/10.22452/ris.vol12no2.6>

ABSTRACT

The halal industry in Malaysia has expanded significantly, particularly in the food sector, where certification by the Department of Islamic Development Malaysia (JAKIM) plays a vital role in ensuring halal integrity. Despite this, there are Muslim consumers continue to patronize food premises without valid halal certification. This situation raises the possibility of inadvertent consumption of forbidden (*haram*) or doubtful (*syubhah*) products. In such contexts, the servicescape is believed to influence consumer perception and decision-making. This article explores the concept of the servicescape and how it can either support or contaminate halal assurance by shaping consumer perceptions. Through a qualitative literature review, the study identifies two types of servicescape: physical and social, each encompassing various influencing elements. The study also reveals how these elements influence consumers' trust and decision-making, especially in the absence of visible halal logos. Findings indicate that servicescape may mislead Muslim consumers by projecting a halal image which is not grounded in official certification. The study underscores the importance of Muslim consumer discernment by prioritizing food premises that display the official halal logo and calls for greater reliance on certified premises to uphold the credibility of the halal industry.

Keywords: Servicescape, Food Premise, Halal Logo, Muslim Consumer, Halal Industry.

Pengenalan

Industri halal di Malaysia telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dan melibatkan pelbagai sektor seperti makanan, pelancongan, farmaseutikal, kosmetik, dan barangan kegunaan

harian. Pertumbuhan ini tidak hanya mencerminkan peningkatan permintaan terhadap produk halal dalam kalangan pengguna Muslim, tetapi juga menunjukkan kesedaran yang semakin tinggi tentang kepentingan kehalalan dalam kehidupan seharian. Malaysia telah memperkenalkan logo halal standard yang dikeluarkan di bawah seliaan Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM). JAKIM berfungsi sebagai badan berautoriti yang bertanggungjawab untuk mengkaji, mengesahkan, dan mengawal selia produk makanan serta barangan lain agar mematuhi prinsip-prinsip kehalalan.

Logo halal ini menjadi simbol jaminan utama bagi pengguna bahawa produk yang mereka beli telah melalui proses pensijilan yang ketat dan memenuhi syarat-syarat kehalalan. Walaupun permohonan sijil halal adalah bersifat sukarela, ia tetap penting kerana ia menunjukkan komitmen pengeluar untuk mematuhi prinsip agama dan menyediakan produk yang berkualiti dan selamat untuk pengguna. Dalam konteks masyarakat Malaysia yang majoritinya beragama Islam, permintaan terhadap makanan halal adalah sangat tinggi. Namun, terdapat situasi di mana logo halal tidak dianggap signifikan oleh sebahagian pengguna Muslim ketika memilih premis makanan.

Fenomena ini menimbulkan kebimbangan kerana ia menunjukkan bahawa ada pengguna Muslim yang mungkin tidak mengambil kira status kehalalan produk yang mereka pilih. Terdapat kes di mana premis makanan tanpa logo halal atau tanpa rekod pensijilan yang sah masih menerima kunjungan ramai daripada pengguna Muslim. Situasi ini boleh membawa kepada risiko pengguna mendekati makanan yang haram atau syubhah, yang bertentangan dengan prinsip agama Islam.

Status halal dalam sebarang perkhidmatan industri berfungsi sebagai memberi keyakinan dan kepercayaan serta meningkatkan industri yang dijalankan tersebut untuk lebih dikenali sebagai mengambil cakna aspek halal. Hal ini disokong oleh Sharifah Zannierah et al.¹ dan Mohani et al.² bahawa nilai status halal memberi impak dan pengaruh yang positif dalam perusahaan makanan. Gambaran imej sesebuah restoran dan penyediaan makanan yang lebih terjaga akan kesuciannya dipandang melalui perakuan label halal. Namun, terdapat juga segelintir pengguna tidak meletakkan logo atau sijil halal sebagai aspek utama dalam penentuan premis makanan³.

Hal ini menyebabkan peningkatan jumlah pengguna Muslim yang cenderung menggunakan elemen lain seperti keadaan fizikal premis, pemilik restoran, atau pekerja beragama Islam sebagai penentu kehalalan. Sebagai contoh, kehadiran pekerja berhijab atau pengendali makanan Muslim sering dijadikan rujukan utama, walaupun premis tersebut tidak memiliki sijil halal rasmi daripada JAKIM.

Terdapat juga sebahagian premis menggunakan label seperti *"no pork"*, *"no lard"*, *"Muslim friendly"* dan seumpamanya untuk menunjukkan premis tersebut adalah bebas daripada makanan tidak halal. Situasi ini sangat membimbangkan apabila terdapat segelintir pengguna Muslim dengan mudahnya terumpan dengan pelabelan tersebut. Adalah perlu ditegaskan bahawa penggunaan papan tanda ini bukan jaminan halal dan perlu diperjelaskan kepada masyarakat agar sentiasa peka dengan bahan yang meragukan.

Elemen-elemen selain daripada sijil atau logo halal yang menjadi penentu kehalalan premis makanan inilah yang dinamakan sebagai landskap perkhidmatan. Walaupun elemen ini

¹ Sharifah Zannierah et al., "Restaurant managers' perspectives on halal certification," *Journal of Islamic Marketing* 3, no. 1 (2012): 47-58, <https://doi.org/10.1108/17590831211206581>.

² Hashanah Ismail Mohani Abdul, Haslina Hashim, Juliana Johari, "SMEs and Halal Certification," *China-USA Business Review* 8, no. 4 (2009): 22-29.

³ Hazwani Kamarudin et al., "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Premis Makanan Dalam Kalangan Melayu Muslim Bandar: Satu Sorotan Literatur," *Jurnal Fiqh* 17, no. 1 (2020): 135-70.

memberikan rasa yakin kepada pengguna, ia tidak menjamin bahawa proses penyediaan makanan mematuhi sepenuhnya standard halal yang ditetapkan. Oleh itu, pihak berkuasa perlulah memainkan peranan dalam penyediaan maklumat yang jelas mengenai pensijilan halal serta pengawasan yang berterusan. Dengan adanya sistem pensijilan yang kukuh dan penguatkuasaan yang ketat oleh JAKIM, keyakinan pengguna terhadap industri halal di Malaysia dapat dipertingkatkan. Hal ini bukan sahaja akan melindungi hak pengguna tetapi juga akan memastikan bahawa industri halal terus berkembang dengan integriti dan kredibiliti yang tinggi.

Sorotan Literatur

Landskap Perkhidmatan

Landskap perkhidmatan adalah sebuah konsep yang diperkenalkan oleh Booms dan Bitner yang menekankan bahawa persekitaran fizikal dapat mempengaruhi kualiti servis perkhidmatan⁴. Konsep ini melibatkan interaksi di antara pekerja dan pelanggan serta merangkumi semua komponen nyata yang menyokong perkhidmatan tersebut. Definisi landskap perkhidmatan kemudiannya berkembang dan merangkumi aspek sosial. Tombs dan McColl-Kennedy pula mencadangkan model landskap perkhidmatan sosial⁵. Model ini menunjukkan bahawa tingkah laku pengguna bukan sahaja dipengaruhi oleh aspek fizikal tetapi boleh juga dipengaruhi oleh interaksi sosial dengan pelanggan lain dan pekerja.

Dapat dirumuskan bahawa landskap perkhidmatan adalah hubungan antara suasana fizikal dan tempat serta impaknya terhadap penyampaian perkhidmatan serta persepsi pelanggan dan kakitangan. Ia juga dikenali sebagai persekitaran perkhidmatan yang melibatkan ambien, suhu, pencahayaan, perabot, warna, bau, muzik, penggunaan ruang yang menunjukkan kualiti sesuatu perkhidmatan dan persepsi perkhidmatan⁶.

Bagi memahami dengan lebih jelas tentang elemen-elemen yang terdapat dalam landskap perkhidmatan, Jadual 1 memaparkan elemen-elemen tersebut berdasarkan kajian-kajian terdahulu.

Jadual 1: Elemen Landskap Perkhidmatan Berdasarkan Kajian-Kajian Lepas

Penulis	Elemen Landskap Perkhidmatan	Atribut
Mary Jo Bitner (1992), Valarie A. Zeithaml (1996), K. Douglas Hoffman dan John E.G. Bateson (2006)	a. Ambien	Suhu, kualiti udara, bunyian, muzik dan bau.
	b. Ruang, Susun Atur dan Fungsinya	Susun atur, peralatan-peralatan dan perabot (Keupayaan item-item tersebut bagi mencapai matlamat pekerja dan pengguna).
	c. Papan tanda, Simbol dan Artifak	Papan tanda, simbol dan artifak digunakan sebagai satu alat komunikasi seperti penunjuk arah, imej firma dan sebagainya.
Tombs, A., & McColl-Kennedy, J. R. (2003)	a. Persekitaran fizikal	Ambien, fungsi dan susun atur dan reka bentuk.
	b. Persekitaran sosial	Penampilan dan tingkahlaku pekerja dan pelanggan lain yang dapat mempengaruhi pelanggan untuk mengunjungi premis.

⁴ Bernard H. Booms and Mary J. Bitner, "Marketing Services by Managing the Environment," *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 23, no. 1 (1982): 35-40.

⁵ Tombs Alastair and McColl-Kennedy Janet R., "Social-Servicescape Conceptual Model," *Marketing Theory* 3, no. 4 (2003): 447-75.

⁶ Charles Doyle, *Servicescape*, (Oxford University Press, 2016).

Philip Kotler (1974)	a. Penglihatan	Warna, saiz, bentuk dan pencahayaan
	b. Pendengaran	Muzik, instrumental dan bunyian bising
	c. Bauan	Bauan, wangian dan bauan yang tidak menyenangkan.
	d. Sentuhan	Kasar, lembut dan suhu keadaan persekitaran.
Julie Baker (1987)	a. Ambien	Kualiti udara, suhu, kelembapan, pengudaraan, bunyian, bauan dan kebersihan.
	b. Reka bentuk	Perkara astetik seperti seni bina, warna, ukuran, bahan yang digunakan, corak, bentuk, gaya dan aksesori.
	c. Faktor Sosial	Pekerja dan pengguna lain yang merangkumi jumlah, tingkah laku dan penampilan.
Mohd Hanafi Azman Ong, Rashidah Hamid, Muhamad Addin Burhanudin, Intan Rahayu Abdul Razak (2019)	a. Ambien	Muzik, bauan dan suhu hotel.
	b. Reka bentuk dalaman	Susunan perabot mengikut garis panduan yang ditetapkan dalam Islam dengan memastikan katil dan tandas tidak menghadap ke arah kiblat.
	c. Fasiliti	Kemudahan yang disediakan oleh hotel perlulah berasingan antara lelaki dan perempuan seperti gym dan kolam renang, menyediakan kiblat bagi setiap bilik tetamu, tidak ada mini bar dalam bilik, tidak ada kelab malam dan terdapat ruang solat di hotel.
Suria Sulaiman, Chemah Tamby Chik dan Mahmod Sabri Haron (2019)	a. Kemudahan fizikal	Restoran yang dilengkapi dengan tempat duduk yang sesuai dan suasana yang bagus
	b. Logo	Logo dan sijil seperti sijil tahap kebersihan restoran.
	c. Rekod penilaian	Skor pemeriksaan yang dijalankan oleh Jabatan kesihatan perlulah dipaparkan ditempat yang menonjol bagi tujuan penilaian dan jaminan pengguna.
	d. Sijil halal	Sijil halal adalah untuk memastikan kebersihan premis serta makanan yang disediakan halal serta tidak bercampur dengan perkara yang haram.
	e. Label makanan sihat	Label nutrisi pada bungkusan makanan
	f. Akses wi-fi percuma	Menyediakan wi-fi percuma memudahkan bagi pengunjung yang ingin menyelesaikan tugas.

Metodologi

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang melibatkan pengumpulan literatur dan analisis tematik. Metodologi yang digunakan dalam kajian ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang landskap perkhidmatan dalam pemilihan premis makanan halal.

Pengumpulan data dilakukan melalui kajian kepustakaan, di mana pelbagai sumber literatur seperti artikel akademik, laporan penyelidikan, dan dokumen rasmi berkaitan pensijilan halal dianalisis. Sumber-sumber ini diperolehi dari jurnal, laman web rasmi JAKIM, serta keratan akhbar yang relevan. Pendekatan ini membolehkan pengkaji untuk mengumpulkan maklumat yang komprehensif mengenai isu-isu yang berkaitan dengan pemilihan premis makanan halal. Setelah data dikumpulkan, analisis tematik dilakukan untuk mengenal pasti corak dan tema yang

muncul dari literatur. Dengan menggunakan analisis tematik, pengkaji dapat memahami bagaimana setiap tema berinteraksi dan mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih premis makanan.

Proses analisis tematik dimulakan dengan pengkodan awal berdasarkan literatur yang dikaji. Dalam proses ini, pengkaji meneliti teks literatur termasuk artikel jurnal, laporan akademik dan kertas kerja seminar bagi mengenal pasti elemen-elemen penting yang berulang atau mempunyai kaitan langsung dengan pemilihan premis makanan halal. Antara kata kunci yang digunapakai adalah seperti “kepercayaan pengguna”, “pensijilan halal”, “keadaan fizikal restoran/premis makanan” dan “pelanggan restoran/premis makanan”.

Seterusnya, kod-kod ini dikumpulkan dan dianalisis membentuk dua tema utama iaitu “Landskap Perkhidmatan Fizikal” dan “Landskap Perkhidmatan Sosial”. Setelah tema utama dikenal pasti, proses penilaian dan penapisan tema dilakukan bagi memastikan setiap tema yang dihasilkan mempunyai ketekalan dalaman serta mampu menggambarkan makna yang jelas terhadap isu yang dikaji. Tema yang bertindih telah disatukan, manakala sub-tema diwujudkan bagi memperincikan setiap tema utama tersebut.

Setiap sub-tema diberikan nama dan takrifan yang bersesuaian dengan kandungan data. Sub-tema ini menjadi asas kepada perbincangan dalam kajian ini kerana ia membantu menjelaskan bagaimana faktor landskap perkhidmatan fizikal dan landskap perkhidmatan sosial memainkan peranan penting dalam mempengaruhi keputusan pengguna Muslim dalam memilih premis makanan halal.

Secara keseluruhannya, penggunaan analisis tematik dalam kajian ini membolehkan pengkaji menyusun dan menganalisis maklumat yang kompleks secara sistematik dan holistik. Ia turut menyumbang kepada pemahaman yang lebih mendalam terhadap landskap perkhidmatan dalam konteks premis makanan halal di Malaysia.

Dapatan dan Perbincangan

Secara umumnya, pengguna menilai landskap perkhidmatan secara menyeluruh dengan mengambil kira pelbagai aspek dalam penilaian kepuasan mereka⁷. Pemilihan terhadap premis makanan tidak bergantung kepada satu elemen dalam persekitaran sahaja. Kesemua elemen landskap perkhidmatan yang dinyatakan dalam Jadual 1 boleh diklasifikasikan kepada dua dimensi iaitu landskap perkhidmatan fizikal dan landskap perkhidmatan sosial sebagaimana yang akan diperincikan berikut.

Landskap Perkhidmatan Fizikal

Persekitaran fizikal adalah perkara pertama yang diperhatikan oleh pelanggan ketika mengunjungi premis makanan. Ianya memainkan peranan yang penting dalam membentuk imej awal yang diterima oleh pelanggan kerana persekitaran yang ditawarkan dapat mencetuskan reaksi emosi seperti keseronokan, keterujaan, dan kepuasan terhadap penyampaian perkhidmatan yang mungkin mereka terima⁸. Rajah 1 menunjukkan landskap perkhidmatan fizikal yang merangkumi empat elemen iaitu ambien, susun atur dan hiasan dalaman, kemudahan serta papan tanda atau simbol.

⁷ Mary Jo Bitner, "Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees," *Journal of Marketing* 56, no. 2 (1992): 57-71.

⁸ Nuray Turker, Samet Gökkaya, and Ayşegül Acar, "Measuring the Effect of Restaurant Servicescapes on Customer Loyalty," *Tourizm Akademik Dergisi* 2 (2019): 255-70.

Rajah 1: Elemen-elemen Dalam Landskap Perkhidmatan Fizikal

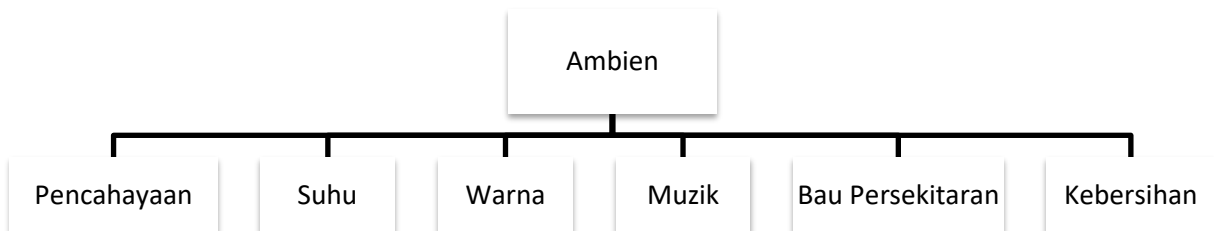


Sumber: Olahan Pengkaji

1. Ambien

Menurut Bitner, ambien adalah keadaan persekitaran atau latar belakang persekitaran yang terdiri daripada suhu, pencahayaan, muzik, bau, warna dan kebersihan⁹. Dengan perkataan lain, ambien adalah berkenaan lima deria iaitu penglihatan, pendengaran, rasa, sentuh dan bau. Ambien juga merupakan antara faktor yang penting dalam mempengaruhi persepsi dan tindak balas pelanggan terhadap pengalaman di premis makanan¹⁰. Rajah 2 di bawah menunjukkan ringkasan elemen-elemen yang dapat mempengaruhi ambien di premis makanan.

Rajah 2: Elemen-elemen Ambien di Premis Makanan



Sumber: Olahan Pengkaji

Pencahayaan, suhu dan warna adalah salah satu rangsangan fizikal utama di restoran. Kajian menunjukkan bahawa tahap pencahayaan dan suhu berkait rapat dengan reaksi emosi individu. Pencahayaan terang sering dikaitkan dengan perkhidmatan cepat dan harga rendah, seperti di restoran makanan segera seperti McDonald's, manakala pencahayaan malap lebih sesuai untuk perkhidmatan penuh dengan harga lebih tinggi¹¹. Begitu juga dengan suhu yang terlalu panas atau sejuk boleh menyebabkan emosi negatif pada pelanggan¹² dan pemilihan warna dinding serta tempat duduk terang adalah lebih menarik berbanding yang berwarna

⁹ Bitner, *Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees*, 57-71.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Ryu Kisang and Han Heesup, "Influence of Physical Environment on Disconfirmation, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty for First-Time and Repeat Customers in Upscale Restaurants," in *International CHRIE Conference* (University of Massachusetts, 2010).

¹² Ali Medabesh and Makarand Upadhyaya, "Servicescape and Customer Substantiation of Star Hotels in India's Metropolitan City of Delhi," *Journal of Marketing & Communication* 8, no. 2 (2012): 39-47.

suram¹³. Oleh itu, pemilihan pencahayaan, suhu dan warna yang tepat dapat merangsang atau menenangkan individu di restoran.

Muzik memainkan peranan penting dalam landskap perkhidmatan kerana ia dapat merangsang emosi dan mempengaruhi tingkah laku pembelian pelanggan¹⁴. Menurut Hul et al.¹⁵ muzik boleh digunakan sebagai alat yang efektif dan berkesan untuk meminimumkan hasil negatif akibat daripada menunggu dalam mana-mana operasi perkhidmatan. Memasang muzik yang bersesuaian dapat mempengaruhi pelanggan untuk memilih premis makan. Premis yang memasang muzik yang kuat dan bingit mempunyai kebarangkalian untuk dipilih adalah lebih rendah berbanding premis yang memasang lagu-lagu yang menenangkan¹⁶.

Begitu juga dalam konteks Islam, muzik atau bunyian merupakan perkara yang penting dalam mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung ke sesebuah premis. Ini kerana dalam Islam juga terdapat alunan-alunan dan muzik yang dibenarkan seperti azan, alunan zikir, alunan bacaan al-Quran, nyanyian yang berkonsepkan ketuhanan dan instrumental muzik. Memasang alunan zikir dan ayat al-Quran juga boleh mempengaruhi pemilihan pelanggan beragama Islam terhadap premis makanan¹⁷. Kehadiran alunan zikir dan ayat al-Quran memberikan keyakinan kepada mereka bahawa pemilik premis adalah orang Islam dan makanan yang disajikan adalah halal.

Selain itu, bau persekitaran juga boleh mempengaruhi emosi pengguna¹⁸. Premis makanan yang mempunyai bau persekitaran yang kurang menyenangkan seperti bau longkang dan bau sampah menunjukkan bahawa premis tersebut tidak mengamalkan etika kebersihan dengan baik. Maka, pengguna berkemungkinan akan membuat satu tanggapan bahawa makanan yang dijual di premis tersebut tidak bersih dan berpotensi tinggi terdedah kepada jangkitan kuman serta haiwan perosak¹⁹.

Kebersihan adalah komponen penting dalam persekitaran perkhidmatan yang mempengaruhi persepsi kualiti dan tahap kepuasan pelanggan²⁰. Kebersihan memberikan kesan pertama yang signifikan kepada pelanggan dan mempengaruhi niat mereka untuk kembali²¹. Kajian oleh Hoffman et al. menunjukkan bahawa ruang yang kotor boleh merosakkan konsep landskap perkhidmatan²². Premis makanan yang mempunyai masalah kebersihan serius cenderung mempunyai kadar pengekalahan pelanggan yang rendah.

¹³ Gail Tom et al., "Cueing the Consumer: The Role of Salient Cues in Consumer Perception," *Journal of Consumer Marketing* 4, no. 2 (1987): 23-27.

¹⁴ Areni Charles and Kim David, "The Influence of Background Music on Shopping Behavior: Classical Versus Top-Forty Music in a Wine Store," *Advances in Consumer Research* 20, no. 1 (1993): 336-40.

¹⁵ Michael K. Hul, Laurette Dube, and Jean-Charles Chebat, "The Impact of Music on Consumers' Reactions to Waiting for Services," *Journal of Retailing* 73, no. 1 (1997): 87-104.

¹⁶ Abdelaal Emad Mohamed, "Assessing Social and Physical Servicescape as Drivers of Hotels' Image Formation: Customers Perspective," *Journal of Faculty of Tourism and Hotels* 10, no. 1 (2016): 142-60.

¹⁷ Muhamed and Nurul Aini, "Salah Guna Imej Islam Di Restoran," *Sinar Harian*, 2019.

¹⁸ Paula Fitzgerald Bone and Pam Scholder Ellen, "Scents in the Marketplace: Explaining a Fraction of Olfaction," *Journal of Retailing* 75, no. 2 (1999): 243-62.

¹⁹ Sakini Mohd Said, "Sampai Bila Pilih Premis Makanan Kotor?," *Utusan Borneo*, 2018.

²⁰ Kirk L. Wakefield and Jeffrey G. Blodgett, "The Importance of Servicescapes in Leisure Service Settings," *Journal of Services Marketing* 8, no. 3 (1994): 66-76.

²¹ Paul B. Harris and Daniel Sachau, "Is Cleanliness Next to Godliness?: The Role of Housekeeping in Impression Formation," *Environment and Behavior* 37, no. 1 (2005): 81-101.

²² K. Douglas Hoffman, Scott W. Kelley, and Beth C. Chung, "A Cit Investigation of Servicescape Failures and Associated Recovery Strategies," *Journal of Services Marketing* 17, no. 4 (2003): 322-40.

Dalam Islam, bersuci adalah tuntutan fitrah. Ini kerana kebiasaannya manusia suka kepada perkara-perkara yang bersih dan secara lumrahnya manusia tidak suka dan menjauhkan diri daripada kekotoran. Allah SWT berfirman:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ التَّوَّابِينَ وَيُحِبُّ الْمُتَطَهِّرِينَ

Terjemahan: *Sesungguhnya Allah amat suka kepada orang-orang yang bertaubat dan suka kepada orang-orang yang bersuci (bersih).*²³

Kajian turut mendapati kebersihan restoran merupakan punca utama pelanggan menjamu selera di restoran tersebut²⁴. Selain itu, kebersihan juga dapat memelihara kesihatan kerana kebersihan menjauhkan masyarakat daripada penyakit. Kebanyakan penyakit yang menular sekarang seperti *covid-19*, influenza dan sebagainya adalah kerana kurang mengambil berat aspek kebersihan²⁵. Rajah 3 di bawah menunjukkan komitmen premis makanan terhadap kebersihan premisnya dengan memaparkan Sijil Pengiktirafan BeSS. Pengiktirafan BeSS hanya diberikan kepada premis makanan yang dinilai bersih oleh KKM. Ia juga menggalakkan premis tersebut menyediakan makanan yang selamat dan mengekalkan kebersihan persekitaran. Dari perspektif pengguna, pengiktirafan ini memberikan pilihan dan keyakinan kepada mereka untuk memilih premis makanan yang bersih dan selamat berdasarkan logo BeSS yang dipamerkan.

Rajah 3: Contoh Sijil Pengiktirafan BeSS



Sumber: Kaizer Management & Consultancy²⁶

Rajah 4: Contoh Sijil Penarafan Gred Kebersihan Premis Makanan

²³ Surah al-Baqarah ayat 222.

²⁴ Bukryman Sabri and Mohd Lutfi Othman, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengguna Dalam Pemilihan Restoran Makanan India Muslim," *Jurnal Pengguna Malaysia* 35 (2020): 26-49.

²⁵ *Ibid.*

²⁶ Pensijilan Bess - Kaizer Management & Consultancy sdn bhd, akses pada Julai 8, 2025, <https://kaizermc.com/en/pensijilan-bess/>.



Sumber: Hotel Impiana Ipoh²⁷

2. Susun Atur dan Hiasan Dalam

Susun atur ruang di premis makanan memainkan peranan penting dalam mempengaruhi tindakan dan emosi pengguna. Susun atur yang baik juga memudahkan akses kepada kemudahan lain seperti tandas dan singki tanpa menimbulkan kekeliruan dalam penggunaan perkhidmatan tersebut²⁸. Ruang yang terbuka dan terang dapat menciptakan suasana yang ceria dan mengundang, sementara susun atur yang sesak atau gelap mungkin menyebabkan ketidakselesaan dan ketegangan.

Susun atur dan dekor setiap premis adalah berbeza mengikut perkhidmatan yang diberikan dan keluasan ruang premis. Contohnya restoran yang bercirikan etnik seperti restoran Korea, penataan bagi meja makan di restoran Korea adalah terdiri daripada tempat pemanggang, *chopstick* dan sudu. Manakala reka bentuk dalaman pula didominasi dengan hiasan bercirikan kayu dan buluh. Dekor restoran Syria pula menekankan luaran restoran yang direka bentuk untuk menjadi ruang yang besar dan terbuka serta direka dengan hiasan tradisional budaya Syria, mengasingkan ruang makan dan dapur serta terdapat tempat pemanggang untuk membuat kebab Arab (*shawarma*)²⁹.

MS 1500 telah menetapkan susun atur bagi premis halal adalah perlu memastikan proses aliran yang betul supaya keselamatan pekerja terjamin daripada berlakunya kecederaan, pertembungan antara pekerja dan sebagainya. Tambahan pula, susun atur perabot dan mesin yang betul juga memudahkan aliran proses penerimaan bahan mentah agar tidak berlakunya pencemaran dalam produk siap. Hal ini juga dapat memudahkan pekerja untuk melakukan kerja-

²⁷ Norsuyanti, "Sijil Kebersihan Premis 24.10.2019," Impiana Hotel Ipoh, akses pada Julai 8, 2019, <https://ipohhotels.impiana.com.my/uncategorized/sijil-kebersihan-premis-20-10-2019/>.

²⁸ J. Baker, D. Grewal, and A. Parasuraman, "The Influence of Store Environment on Quality Inferences and Store Image," *Journal of the Academy of Marketing Science* 22, no. 4 (1994): 328-39.

²⁹ Aisyah Mohd Talmizi, "Elemen Landskap Perkhidmatan Dalam Pemilihan Restoran Halal Korea: Kajian Dalam Kalangan Belia Muslim Di Lembah Klang" (Tesis Sarjana, Universiti Malaya, 2024).

kerja pembersihan dan penyeliaan kebersihan makanan yang betul. Selain itu, pihak premis perlulah menyediakan almari khusus yang selamat untuk meletakkan barang-barang pekerja bagi mengelakkan pencemaran melalui peralatan pekerja semasa aktiviti pemprosesan dilaksanakan.

Pilihan perabot juga memainkan peranan penting dalam membentuk persepsi kualiti dan keselesaan pelanggan³⁰. Perabot yang dipilih dengan teliti—seperti kerusi yang selesa dan meja yang sesuai—dapat memberikan pengalaman makan yang lebih menyenangkan. Keselesaan tempat duduk adalah penting kerana pelanggan biasanya menghabiskan masa yang lama di premis makanan. Jika tempat duduk tidak selesa, pelanggan mungkin akan merasa tidak puas hati dan berpotensi untuk tidak kembali ke premis tersebut.

Menurut Bitner, dekor seperti bahan yang digunakan dalam pembinaan, gambar pada dinding dan jenis lantai yang digunakan merupakan makna simbolik bagi imej sesebuah premis³¹. Dekor juga merupakan simbol visual bagi mewujudkan suasana yang sesuai dalam landskap perkhidmatan. Ia juga merupakan komunikasi tersirat yang menunjukkan imej sesebuah premis terutamanya restoran. Pilihan dekor yang baik bukan sahaja menciptakan suasana yang ceria dan harmoni, tetapi juga memainkan peranan penting dalam membentuk pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Suasana yang menarik dan selesa dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali ke premis tersebut.

Selain itu, perhiasan yang berunsurkan Islam juga dapat menarik perhatian pelanggan yang beragama Islam³². Perhiasan-perhiasan seperti ayat-ayat al-Quran, gambar masjid atau Kaabah dan perhiasan lain dapat mempengaruhi masyarakat Islam untuk beranggapan bahawa premis tersebut adalah halal dan seterusnya memilih premis makanan tersebut. Unsur-unsur keagamaan yang ada memberi satu jaminan kehalalan kepada pelanggan Muslim yang hadir ke premis tersebut. Menurut Muhamed, elemen-elemen ini menunjukkan komitmen restoran terhadap prinsip-prinsip Islam dan membantu menanamkan keyakinan serta kepercayaan pelanggan terhadap penyedia perkhidmatan³³. Dalam masa yang sama, menghindari perhiasan seperti patung, lukisan atau gambar makhluk bernyawa yang dilarang dalam Islam. Rasulullah SAW bersabda:

لَا تَدْخُلُ الْمَلَائِكَةُ بَيْتًا فِيهِ كَلْبٌ وَلَا صُورَةٌ تَمَائِيلَ

Terjemahan: *Sesungguhnya malaikat tidak akan masuk ke rumah yang di dalamnya mempunyai anjing dan gambar patung.*³⁴

Kualiti perhiasan, termasuk dekorasi meja seperti pinggan mangkuk, gelas, alat pemotong, dan alas meja, juga mempunyai impak yang besar terhadap persepsi pelanggan. Peralatan makan yang berkualiti tinggi bukan sahaja menunjukkan perhatian kepada detail tetapi juga mencerminkan standard kualiti makanan dan perkhidmatan yang ditawarkan oleh restoran. Pelanggan cenderung untuk mengaitkan kualiti perhiasan dengan keseluruhan pengalaman mereka, termasuk rasa makanan dan layanan yang diterima.

3. Kemudahan

³⁰ Bitner, Bitner, "Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees," 57-71.

³¹ *Ibid.*

³² Muhamed and Nurul Aini, "Salah Guna Imej Islam Di Restoran."

³³ *Ibid.*

³⁴ Hadith riwayat al-Bukhari. *Sahih Al-Bukhārī, Kitāb Bad'ī al- Khalqī*, no.hadith 3225.

Kemudahan fizikal adalah kemudahan yang disediakan oleh premis kepada pekerja dan pengguna bagi memudahkan aktiviti yang dijalankan dapat dilaksanakan dengan lancar seperti surau, bilik solat, tandas, *wi-fi* dan *plug* pengecas telefon dan laptop. Setiap premis akan menyediakan kemudahan fizikal yang berbeza mengikut perkhidmatan yang diberikan.

Tandas merupakan perkara yang amat penting dan perlu ada bagi setiap premis. Ini kerana sudah menjadi lumrah badan manusia akan menjalankan proses perkumuhan dari semasa ke semasa. Premis juga perlu memastikan tandas dijaga dengan bersih supaya tidak berbau busuk. Selain itu, premis juga boleh menyediakan sabun cecair, tisu tandas dan bakul sampah tuala pakai buang. Ini kerana untuk menjaga kenyamanan pengunjung dan pekerja.

Selain daripada tandas, singki juga merupakan perkara penting yang perlu ada di setiap restoran. Tempat yang strategik untuk meletakkan singki adalah berdekatan dengan tandas dan di setiap penjuru restoran agar memudahkan pengunjung untuk membasuh tangan. Pihak restoran juga perlu menyediakan bahan pencuci tangan yang mencukupi, meletakkan tisu di tempat yang betul dan garis panduan langkah-langkah mencuci tangan yang betul. Tambahan pula, pihak restoran juga perlu memastikan pili singki berfungsi dengan baik, singki tidak tersumbat dan sentiasa berada dalam keadaan bersih. Kemudahan singki yang disediakan akan menggalakkan pengunjung untuk membasuh tangan serta menjaga kebersihan agar menghindari daripada terkena penyakit seperti cirit-birit, *Covid-19* dan sebagainya³⁵.

Surau adalah elemen penting dalam perkhidmatan premis makanan halal, terutama untuk memenuhi keperluan pelanggan Muslim. Surau memberikan ruang bagi pelanggan untuk menunaikan solat, yang merupakan kewajiban dalam Islam. Dengan adanya fasiliti ini, premis makanan menunjukkan komitmen terhadap prinsip halal dan memberikan keselesaan kepada pelanggan yang ingin beribadah.

Menurut garis panduan JAKIM, penyediaan ruang solat adalah syarat bagi premis makanan yang ingin mendapatkan pensijilan halal. Ini menunjukkan bahawa fasiliti surau tidak hanya memenuhi keperluan spiritual tetapi juga mematuhi peraturan pihak berkuasa. Dengan menyediakan ruang solat yang bersih dan selesa, pemilik premis dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan membina kepercayaan di kalangan pengguna Muslim.

4. Tanda atau Simbol

Secara umumnya terdapat banyak item dalam persekitaran fizikal yang dapat berfungsi sebagai isyarat yang jelas atau tersirat yang digunakan sebagai alat komunikasi untuk menterjemahkan tempat tersebut kepada pengguna. Papan tanda yang dipaparkan di luar dan dalam bangunan berfungsi sebagai bentuk komunikasi grafik yang jelas. Papan tanda boleh digunakan sebagai label nama syarikat atau nama jabatan, nama restoran dan logo restoran. Selain itu, ia juga digunakan sebagai tunjuk arah pintu masuk, pintu keluar, petunjuk tandas dan petunjuk surau. Selain itu, papan tanda juga menyampaikan imej organisasi³⁶ dan memberi petunjuk kepada pelanggan tentang norma serta tingkah laku yang diharapkan di premis tersebut.

Pensijilan halal dan paparan logo memainkan peranan penting dalam perniagaan restoran kerana ia memberikan maklumat halal yang cepat, ringkas, dan padat kepada pengguna. Bagi umat Islam yang mencari makanan yang bersih, sihat, dan selamat, makanan halal menjadi pilihan terbaik berbanding makanan tidak halal. Rajah 5 di bawah menunjukkan logo halal yang sah untuk

³⁵Talmizi, "Elemen Landskap Perkhidmatan Dalam Pemilihan Restoran Halal Korea: Kajian Dalam Kalangan Belia Muslim Di Lembah Klang"

³⁶ Richard E. Wener and Robert D. Kaminoff, "Improving Environmental Information," *Environment and Behavior* 15, no. 1 (1983): 3-20.

dipamerkan di premis makanan. Kehadiran pensijilan halal dan logo di hadapan premis memberikan keyakinan kepada pengguna untuk memilih restoran tersebut. Pengguna percaya bahawa restoran yang mempunyai pensijilan halal dan logo menyajikan makanan yang berkualiti tinggi dan bersih.

Rajah 5: Logo Halal di Premis Makanan



Sumber: Portal Halal Malaysia

Papan tanda kedai makan juga dapat mempengaruhi pilihan seseorang individu. Penggunaan papan tanda seperti “no pork”, “no lard”, “Muslim friendly” dan “pork free” semakin popular dalam kalangan pemilik premis makanan yang ingin menarik pelanggan Muslim. Terdapat kebimbangan bahawa segelintir pengguna Muslim mungkin terpedaya dengan papan tanda ini tanpa memeriksa sijil halal terlebih dahulu. Sambutan terhadap premis yang tidak mempunyai sijil halal menunjukkan kurangnya kesedaran tentang kepentingan pensijilan halal oleh JAKIM. Oleh itu, penting untuk ditekankan bahawa papan tanda ini tidak menjamin kehalalan makanan, dan masyarakat harus lebih peka terhadap bahan makanan yang meragukan.

Lantaran itu, pengguna Muslim harus berhati-hati kerana memastikan makanan tersebut halal adalah wajib. Rasulullah SAW bersabda:

إِنَّ الْحَالَ بَيِّنٌ، وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ، وَبَيْنَهُمَا مُشْتَبِهَاتٌ، لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ، فَقَدْ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِرْضِهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ، كَالرَّاعِي يَرْعَى حَوْلَ الْحِمَى، يُوشِكُ أَنْ يَقَعَ فِيهِ، أَلَا وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ حِمًى، أَلَا وَإِنَّ حِمَى اللَّهِ مَحَارِمُهُ، أَلَا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً، إِذَا صَلَحَتْ، صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ، وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ، أَلَا وَهِيَ الْقُلُوبُ.

Terjemahan: Sesungguhnya perkara yang halal itu terang jelas, dan sesungguhnya perkara yang haram itu terang jelas, dan di antara kedua perkara tersebut ada perkara-perkara syubhat yang kesamaran yang kebanyakan orang tidak mengetahuinya. Barangsiapa yang menjaga perkara syubhat maka sesungguhnya dia telah membersihkan agamanya dan maruah dirinya. Dan barangsiapa yang terjatuh dalam perkara syubhat, maka dia telah jatuh dalam perkara haram, umpama seorang pengembala yang mengembala di sekeliling kawasan larangan, dibimbangi dia akan menceroboh masuk ke dalamnya. Ketahuilah setiap raja ada sempadan dan sesungguhnya sempadan Allah itu ialah perkara-perkara yang diharamkanNya. Ketahuilah bahawa setiap jasad itu

ada seketul darah, yang apabila ia baik maka baiklah seluruh jasad dan apabila ia rosak, maka rosaklah seluruh jasad. Ketahuilah ia adalah hati.³⁷

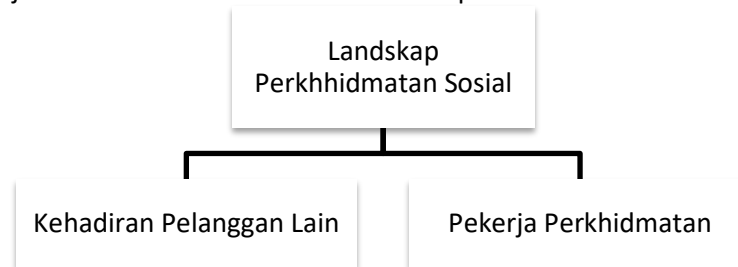
Pengguna Muslim harus berhati-hati dengan papan tanda “*pork free*”, “*no alcohol*” dan sebagainya kerana terdapat keraguan dalam makanan tersebut memandangkan tidak diketahui bahan-bahan yang digunakan dalam masakan. Halal bukan sahaja menghindari perkara haram seperti daging babi, alkohol dan sebagainya tetapi *tayyib* iaitu suci bersih dari segala kekurangan.

Simbol merupakan perkara yang penting bagi sesebuah premis. Walaupun simbol terdapat kekurangan isyarat dalam berkomunikasi secara langsung tetapi ia dapat menggambarkan operasi premis yang dijalankan³⁸. Contohnya restoran yang ingin menampilkan makanan Arab atau ingin memberi petunjuk restoran Muslim, maka restoran tersebut akan menggunakan simbol tertentu seperti imej Quran, kaligrafi Muhammad dan Allah serta gambar Kaabah³⁹. Namun begitu, jika simbol-simbol tersebut digunakan bagi memanipulasi pengunjung bagi menunjukkan restoran tersebut adalah halal, ia merupakan perkara yang salah di sisi undang-undang. Maka, pengguna Muslim harus berhati-hati ketika memilih restoran untuk dikunjungi kerana dikhuatiri restoran tersebut menggunakan bahan yang meragukan dalam masakan mereka.

Landskap Perkhidmatan Sosial

Tombs dan McColl-Kennedy memperkenalkan konsep landskap perkhidmatan sosial yang berakar umbi daripada tanggapan sosiologi homofili⁴⁰ yang mana seseorang individu mempunyai kecenderungan untuk bergaul dengan orang lain yang dianggap mempunyai status yang sama berdasarkan ciri-ciri seperti jantina, agama, pekerjaan atau umur serta nilai yang berdasarkan moraliti, sikap dan kepercayaan individu⁴¹. Maka, servis perkhidmatan akan menjadi lebih bagus atau meningkat apabila pelanggan mempunyai tanggapan persamaan di antara diri mereka dengan pelanggan yang lain di premis tersebut.

Rajah 6: Elemen-elemen Dalam Landskap Perkhidmatan Sosial



Sumber: Olahan Pengkaji

³⁷ Hadith riwayat Muslim. *Sahih Muslim, Kitāb Musāqā wal Mu'āmalah, Bab Akhza al-Ḥalāl wa Tarku al-Syubhāt*, no. hadith 4094.

³⁸ Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry, and A. Parasuraman, "The Behavioral Consequences of Service Quality," *Journal of Marketing* 60, no. 2 (1996): 31-46.

³⁹ Ghazala Khan and Faiza Khan, "'Is This Restaurant Halal?' Surrogate Indicators and Muslim Behaviour," *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 5 (2020).

⁴⁰ Tombs Alastair and R., "Social-Servicescape Conceptual Model," 447-75.

⁴¹ Miller McPherson, Lynn Smith-Lovin, and James M. Cook, "Birds of a Feather: Homophily in Social Networks," *Annual Review of Sociology* 27, no. 1 (2001): 415-44.

1. Kehadiran Pelanggan Lain

Kehadiran atau ketiadaan pelanggan lain dapat mempengaruhi pilihan restoran seseorang. Kim dan Lee mendapati bahawa pelanggan yang tidak biasa dengan persekitaran baru cenderung memilih restoran yang ramai pengunjung berbanding yang kurang pelanggan⁴². Namun, pilihan ini juga bergantung kepada motivasi individu, seperti keutamaan terhadap suasana yang tenang berbanding situasi yang lebih ramai⁴³. Sebaliknya, suasana restoran yang sesak mungkin memberi kesan negatif dan dianggap perlu dielakkan oleh sesetengah orang⁴⁴.

Kehadiran pelanggan lain yang kelihatan berpuas hati dapat meningkatkan imej jenama penyedia perkhidmatan dan mempengaruhi tingkah laku pelanggan untuk menghabiskan lebih banyak masa dan wang⁴⁵. Dalam konteks premis makanan halal, kehadiran pelanggan lain menjadi petunjuk penting untuk menentukan kehalalan apabila logo halal tiada. Kehadiran pelanggan lain yang berpenampilan Islam memberi satu tanggapan bahawa premis tersebut telah mendapat pengesahan pensijilan halal⁴⁶. Kehadiran pelanggan Muslim dapat memberikan keyakinan kepada pelanggan lain bahawa restoran tersebut adalah halal dan selamat untuk dimakan.

Menurut Lydia Hanks, penampilan pelanggan lain juga dapat mempengaruhi individu untuk berkunjung ke premis tersebut⁴⁷. Contohnya, penampilan pelanggan lain yang bertudung, kemas dan berpakaian sopan selayaknya seorang Muslim di sesebuah restoran halal akan memberi kesan kepada pengunjung lain atau individu berkunjung ke restoran halal.

2. Pekerja Perkhidmatan

Pekerja dalam perkhidmatan berperanan penting dalam mempengaruhi pilihan pelanggan. Elemen seperti etnik, loghat, kebersihan, adab, dan kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik dapat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk menjamu selera dan kembali ke premis tersebut⁴⁸. Pelanggan menilai persekitaran perkhidmatan melalui tingkah laku dan keupayaan pekerja, termasuk keramahan, empati, perhatian⁴⁹, kecekapan, dan daya tarikan fizikal⁵⁰. Kebersihan pekerja juga diperhatikan sebagai petunjuk kebersihan restoran⁵¹. Penampilan dan kebersihan pakaian pekerja menjadi kayu ukur bagi kebersihan keseluruhan restoran.

⁴² Namin Kim and Moonkyu Lee, "Other Customers in a Service Encounter: Examining the Effect in a Restaurant Setting," *Journal of Services Marketing* 26, no. 1 (2012): 27-40.

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ Yeajin Jang, Heejung Ro, and Tae-Hee Kim, "Social Servicescape: The Impact of Social Factors on Restaurant Image and Behavioral Intentions," *International Journal of Hospitality & Tourism Administration* 16, no. 3 (2015): 290-309.

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ Bernama, "Restoran Tular Di Teluk Intan Tiada Sijil Halal - Jaipk," *Malaysiakini* (2023).

⁴⁷ Lydia Hanks and Nathaniel D. Line, "The Restaurant Social Servicescape: Establishing a Nomological Framework," *International Journal of Hospitality Management* 74 (2018): 13-21.

⁴⁸ Khan and Khan, Is This Restaurant Halal? Surrogate Indicators and Muslim Behaviour.

⁴⁹ Jang, Ro, and Kim, SocialServicescape:The Impact of Social Factors on Restaurant Image and Behavioral Intentions.

⁵⁰ Lloyd C. Harris and Chris Ezech, "Servicescape and Loyalty Intentions: An Empirical Investigation," *European Journal of Marketing* 42, no. 3/4 (2008): 390-422.

⁵¹ Haeik Park et al., "Consumer Perceptions and Emotions About Sanitation Conditions in Full-Service Restaurants," *Journal of Foodservice Business Research* 19, no. 5 (2016): 474-87.

Landskap perkhidmatan sosial berkait rapat dengan penampilan fizikal, kelayakan, dan tingkah laku kakitangan. Pekerja restoran mempunyai pengaruh besar terhadap sikap pelanggan, niat pembelian, dan kesetiaan mereka. Tingkah laku penyedia perkhidmatan barisan hadapan adalah penting dalam penilaian pelanggan terhadap sesuatu perkhidmatan⁵². Penampilan fizikal pekerja juga dapat meningkatkan pengalaman perkhidmatan secara signifikan⁵³. Menurut Hutton dan Richardson, daya tarikan fizikal kakitangan—termasuk penampilan menarik melalui pakaian seragam yang bersih dan berwarna-warni serta dandanan diri yang baik—membentuk bahagian utama imej sesebuah organisasi perkhidmatan⁵⁴. Kajian oleh Vilnai-Yavetz dan Gilboa menunjukkan bahawa kebersihan dan kekemasan pakaian pekerja mempunyai hubungan positif dengan perasaan keselesaan dan kepercayaan pelanggan⁵⁵.

Penampilan pekerja seperti juruwang atau pelayan yang seakan orang Islam dari segi pemakaiannya atau mungkin juga dari aspek etnik dan kaum⁵⁶. Menurut kajian Khan dan Khan, kehadiran pekerja berpenampilan Muslim memberikan rasa jaminan dan keyakinan apabila restoran tersebut tidak mempunyai sebarang tanda logo atau sijil halal⁵⁷. Pelanggan Muslim yang mengunjungi restoran tersebut mempercayai integriti pekerja Muslim itu dan menerima kata-kata mereka tanpa sebarang sangkaan. Kehadiran tanda-tanda berunsurkan Islam ke atas diri pekerja menyebabkan pelanggan Muslim berasa selamat dan selesa untuk memilih premis makanan tersebut walaupun tidak pasti status halalnya. Selain itu, pelanggan juga merasakan bahawa sebarang tanggungjawab atau beban berkaitan penipuan dapat dialihkan kepada pekerja Muslim tersebut. Oleh itu, dalam situasi di mana pengambilan makanan tidak halal kemungkinan berlaku, mereka merasa dibebaskan daripada tanggungjawab tersebut.

Implikasi Penggunaan Landskap Perkhidmatan

Dalam konteks pemilihan premis makanan halal, terdapat beberapa implikasi apabila pengguna bergantung kepada landskap perkhidmatan semata-mata.

1. Pengunjung tertarik untuk kembali semula dan setia dengan premis

Landskap perkhidmatan yang menarik akan memberi kesan kepada emosi dan tingkah laku pengunjung sama ada mereka mendekati atau mengelak selepas merasai pengalaman perkhidmatan tersebut. Pengalaman yang dirasai dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung. Ini akan menggalakkan pengunjung kembali semula dan setia terhadap premis tersebut.

⁵² Ingrid Y. Lin and Anna S. Mattila, "Restaurant Servicescape, Service Encounter and Perceived Congruency on Customers' Emotions and Satisfaction," *Journal of Hospitality Marketing & Management* 19, no. 8 (2010): 79-84.

⁵³ Julie Baker, *The Role of the Environment in Marketing Services: The Consumer Perspective*, The Services Challenge: Integrating for Competitive Advantage (Chicago: American Marketing Association, 1987), 79-84.

⁵⁴ J. D. Hutton and L. D. Richardson, "Healthscapes: The Role of the Facility and Physical Environment on Consumer Attitudes, Satisfaction, Quality Assessments and Behaviours," *Health Care Management Review* 20, no. 1 (1995): 48-61.

⁵⁵ Iris Vilnai-Yavetz and Shaked Gilboa, "The Effect of Servicescape Cleanliness on Customer Reactions," *Services Marketing Quarterly* 31 (2010): 213-34.

⁵⁶ Nini Shahira, "Pekerja restoran pakai songkok dan rantai salib – Pengurus mohon maaf," *Buletin TV3* 2023, <https://www.buletintv3.my/nasional/pekerja-restoran-pakai-songkok-dan-rantai-salib-pengurus-mohon-maaf/>.

⁵⁷ Ghazala Khan and Faiza Khan, "'Is this restaurant halal?' Surrogate indicators and Muslim behaviour," *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 5 (2020), <https://doi.org/10.1108/jima-01-2019-0008>.

Pengunjung akan kembali mengunjungi semula premis makanan yang pernah dikunjungi kerana persekitarannya yang meyakinkan mereka iaitu imej halal seperti pakaian pekerja yang patuh syariah, premis makanan yang menggunakan nama Islam, produk yang dijual mempunyai logo halal dan berada di kawasan Muslim. Manakala, jika pengunjung tidak berpuas hati dengan landskap perkhidmatan premis tersebut maka kebanyakannya akan meninggalkan premis tersebut dan tidak akan berkunjung semula kerana pengalaman yang pernah diperolehi. Tambahan pula, kajian oleh Tuzunkan & Albayrak membuktikan bahawa dalam sesetengah kes, landskap perkhidmatan lebih mempengaruhi keputusan pembelian berbanding produk itu sendiri⁵⁸.

2. Mengelirukan pengunjung

Pengguna semakin bergantung kepada elemen lain yang dapat memberikan pengesahan halal selain sijil atau logo halal. Hal ini membuka peluang kepada pengguna untuk terjerumus ke dalam isu-isu syubhah. Dr Zulkifli Mohamad juga pernah mengulas isu ini di dalam laman sesawang Maktabah al-Bakri di mana pengguna Muslim perlu berhati-hati ketika mengunjungi premis yang hanya menggunakan label seperti "*No pork*", "*No lard*" dan seumpamanya. Label-label ini tidak menjamin bahawa bahan-bahan lain seperti ayam, daging, dan bahan masakan adalah halal⁵⁹.

Tanpa pengawasan yang ketat daripada pihak berkuasa halal, terdapat risiko penggunaan bahan haram secara tidak sengaja. Terutamanya jika pengusaha mengambil kesempatan untuk berjimat tanpa mengambil serius aspek halal dan haram dalam pemakanan. Keadaan ini juga boleh menjejaskan kebersihan dan keselamatan makanan secara keseluruhan.

3. Premis perniagaan dapat meningkatkan prestasi dan keuntungan

Kesan yang paling penting apabila pengunjung gembira dan teruja dengan landskap perkhidmatan yang disediakan oleh premis adalah akan membentuk persepsi yang baik kepada pengunjung terhadap premis tersebut. Contohnya, landskap perkhidmatan menarik yang ditonjolkan oleh restoran Turki membentuk persepsi yang baik oleh pengunjung terhadap kualiti perkhidmatan dan makanan yang disediakan oleh restoran tersebut. Selain itu, pengunjung yang berpuas hati dengan persekitaran tempat tersebut akan lebih cenderung untuk menghabiskan wang dan masa di tempat tersebut.

Dengan adanya pensijilan halal yang diiktiraf oleh JAKIM, premis makanan dapat membina kepercayaan pelanggan dalam kalangan pengguna Muslim yang mengutamakan status halal. Pengusaha yang mematuhi garis panduan halal bukan sahaja memenuhi keperluan pelanggan tetapi juga meningkatkan kualiti dan kebersihan makanan yang disediakan. Hal ini dapat menarik lebih ramai pengunjung, meningkatkan jualan, dan memperkukuhkan imej jenama mereka di pasaran. Selain itu, pengiktirafan halal juga membuka peluang untuk memasuki pasaran global yang lebih luas, memberikan kelebihan kompetitif kepada premis makanan yang berusaha untuk mendapatkan sijil halal. Oleh itu, dengan mengutamakan aspek halal dalam operasi

⁵⁸ Demet Tuzunkan and Aslı Albayrak, "The Importance of Restaurant Physical Environment For Turkish Customers," *Journal of Tourism Research & Hospitality* 5, no. 1 (2016), <https://doi.org/https://doi.org/10.4172/2324-8807.1000154>.

⁵⁹ Zulkifli Mohamad, "#3130: Makan di Premis/Restoran Bukan Islam 'No Pork No Lard'," Maktabah Al-Bakri, 2023, <https://maktabahalbakri.com/3130-makan-di-premis-restoran-bukan-islam-no-pork-no-lard/>.

mereka, pemilik premis tidak hanya memenuhi tuntutan etika dan agama tetapi juga meningkatkan potensi keuntungan dan prestasi perniagaan secara keseluruhan.

4. Komitmen pensijilan halal oleh pengusaha

Menurut kajian Abdullah dan Mukhtar, salah satu masalah utama yang dihadapi oleh Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) adalah kurangnya kesedaran mengenai kepentingan pensijilan halal⁶⁰. Kefahaman mereka tentang konsep halal sering kali terhad kepada penggunaan haiwan yang disembelih dengan cara yang betul atau bahan-bahan yang diperoleh dari sumber tempatan. Mereka beranggapan bahawa sijil halal tidak memberikan manfaat signifikan kepada perniagaan mereka. Disebabkan pensijilan halal bersifat sukarela, ramai pengusaha merasakan tiada keperluan mendesak untuk memohon sijil tersebut dan berpuas hati dengan menjual makanan mengikut kefahaman halal masing-masing.

Sehingga November 2024, hanya 1,994 syarikat yang mendapatkan pensijilan halal bagi premis makanan⁶¹. Majoriti syarikat yang berdaftar adalah syarikat yang telah lama beroperasi dan stabil, sementara kebanyakan premis makanan di Malaysia tergolong dalam kategori PKS. Keadaan ini memberi kesan yang lebih buruk kepada pengusaha PKS apabila mereka merasakan tiada keperluan mendesak untuk mendapatkan sijil halal kerana mereka masih dapat menjalankan perniagaan dengan baik dan sudah mempunyai pelanggan yang tetap.

Selain itu, proses untuk mendapatkan pensijilan halal dianggap memerlukan kos tambahan. Untuk mendapatkan kelulusan halal, mereka perlu memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh ahli-ahli jawatankuasa pensijilan halal Malaysia iaitu Jabatan Agama Islam, Pejabat Perdagangan dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan, Jabatan Kesihatan, Jabatan Perkhidmatan Veterinar, Majlis Perbandaran dan Jabatan Perkhidmatan Kuarantin dan Pemeriksaan Malaysia (MaQIS)⁶².

Berdasarkan kajian Jamal Abdul Nassir et al., walaupun kos permohonan sijil halal adalah rendah, akan tetapi sumber kewangan merupakan antara isu yang penting kerana pemohon pensijilan halal perlu mengeluarkan modal yang tinggi bagi membuat pengubahsuaian untuk memenuhi piawaian yang ditetapkan oleh JAKIM⁶³. Kesukaran untuk memenuhi keperluan tersebut ditambah pula dengan keperluan dana kewangan untuk mengubah premis mengikut spesifikasi yang ditetapkan menyebabkan pengusaha hilang minat untuk mendapatkan sijil halal bagi premis mereka.

Kesimpulan

⁶⁰ Noor Fiteri bin Abdullah and Masnisah binti Mukhtar, "Cabaran Pelaksanaan Pensijilan Halal di Perlis: Pengalaman Bahagian Penyelidikan dan Hab Halal" (The 2nd International Convention On Islamic Management, Academy Of Islamic Studies, University Of Malaya, 2015).

⁶¹ Portal Halal Malaysia, "Verify Halal Status," <https://myehalal.halal.gov.my/portal-halal/v1/>.

⁶² Hayati Habibah Abdul Talib and Khairul Anuar Mohd Ali, "Aspek Kualiti, Keselamatan Dan Kesihatan Di Kalangan Pks Makanan: Satu Sorotan Kajian," *Jurnal Teknologi* 49, no. 1 (2008): 65-79, <https://doi.org/10.11113/jt.v49.210>.

⁶³ Jamal Abdul Nassir Shaari et al., "Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Pemerkasaan Industri Halal Di Kalangan Usahawan: Suatu Analisis." (E-Proceeding of the International Conference on Economic, Entrepreneurship and Management, HIG Hotel, Langkawi, 2019).

Peranan pengguna Muslim dalam mengutamakan logo halal JAKIM sebagai tanda pengesahan kehalalan premis makanan adalah sangat penting. Logo halal di premis makanan dapat memberi jaminan dari aspek kebersihan dan keselamatan kepada semua pengunjung. Walau bagaimanapun, terdapat kebimbangan mengenai kesedaran pengguna terhadap kepentingan sijil halal, di mana sebahagian daripada mereka masih memilih premis makanan tanpa logo atau pensijilan halal yang sah. Meskipun permohonan sijil halal bersifat sukarela, konsep halal tidak hanya memastikan pematuhan kepada prinsip agama tetapi juga menjamin kualiti dan keselamatan makanan. Situasi ini berpotensi membawa kepada risiko terjerumusnya ke dalam isu syubhah dan penggunaan bahan haram secara tidak sengaja.

Oleh itu, adalah penting bagi pengguna untuk meningkatkan pengetahuan dan kesedaran mereka tentang kehalalan, serta memahami bahawa logo halal adalah satu daripada banyak elemen yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan makanan. Pihak berkuasa juga perlu memainkan peranan dalam penyediaan maklumat yang jelas mengenai pensijilan halal serta pengawasan yang berterusan. Dengan adanya sistem pensijilan yang kukuh dan penguatkuasaan yang ketat oleh JAKIM, keyakinan pengguna terhadap industri halal di Malaysia dapat dipertingkatkan. Hal ini bukan sahaja akan melindungi hak pengguna tetapi juga akan memastikan bahawa industri halal terus berkembang dengan integriti dan kredibiliti yang tinggi.

Penghargaan

Penulis merakamkan sekalung penghargaan kepada pihak Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya yang telah memberi peruntukan dana melalui geran penyelidikan UMG011L-2024 sehingga terhasilnya artikel ini.

Rujukan

- Abdul Talib, Hayati Habibah, and Khairul Anuar Mohd Ali. "Aspek Kualiti, Keselamatan dan Kesihatan di Kalangan PKS Makanan: Satu Sorotan Kajian." *Jurnal Teknologi* 49, no. 1 (2008): 65-79.
- Areni Charles, and Kim David. "The Influence of Background Music on Shopping Behavior: Classical Versus Top-Forty Music in a Wine Store." *Advances in Consumer Research* 20, no. 1 (1993): 336-40.
- Baker, J., D. Grewal, and A. Parasuraman. "The Influence of Store Environment on Quality Inferences and Store Image." *Journal of the Academy of Marketing Science* 22, no. 4 (1994): 328-39.
- Baker, Julie. "The Role of the Environment in Marketing Services: The Consumer Perspective." *The Services Challenge: Integrating for Competitive Advantage*, 79–84: Chicago: American Marketing Association, 1987.
- Bernama. "Restoran Tular Di Teluk Intan Tiada Sijil Halal - JAIPK." Malaysiakini, 2023.
- Bernard H. Booms, and Mary J. Bitner. "Marketing Services by Managing the Environment." *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 23, no. 1 (1982): 35-40.
- Bitner, Mary Jo. "Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees." *Journal of Marketing* 56, no. 2 (1992): 57-71.
- Bone, Paula Fitzgerald, and Pam Scholder Ellen. "Scents in the Marketplace: Explaining a Fraction of Olfaction." *Journal of Retailing* 75, no. 2 (1999): 243-62.
- Bukryman Sabri, and Mohd Lutfi Othman. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengguna Dalam Pemilihan Restoran Makanan India Muslim." *Jurnal Pengguna Malaysia* 35 (2020): 26-49.
- Doyle, Charles. "Servicescape." Oxford University Press, 2016.

- Hanks, Lydia, and Nathaniel D. Line. "The Restaurant Social Servicescape: Establishing a Nomological Framework." *International Journal of Hospitality Management* 74 (2018): 13-21.
- Harris, Lloyd C., and Chris Ezeh. "Servicescape and Loyalty Intentions: An Empirical Investigation." *European Journal of Marketing* 42, no. 3/4 (2008): 390-422.
- Harris, Paul B., and Daniel Sachau. "Is Cleanliness Next to Godliness?: The Role of Housekeeping in Impression Formation." *Environment and Behavior* 37, no. 1 (2005): 81-101.
- Hazwani Kamarudin, Norhidayah Pauzi, Saadan Man, and Syed Mohd Jeffri Syed Jaafar. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Premis Makanan Dalam Kalangan Melayu Muslim Bandar: Satu Sorotan Literatur." *Jurnal Fiqh* 17, no. 1 (2020): 135-70.
- Hoffman, K. Douglas, Scott W. Kelley, and Beth C. Chung. "A Cit Investigation of Servicescape Failures and Associated Recovery Strategies." *Journal of Services Marketing* 17, no. 4 (2003): 322-40.
- Hul, Michael K., Laurette Dube, and Jean-Charles Chebat. "The Impact of Music on Consumers' Reactions to Waiting for Services." *Journal of Retailing* 73, no. 1 (1997): 87-104.
- Hutton, J. D., and L. D. Richardson. "Healthscapes: The Role of the Facility and Physical Environment on Consumer Attitudes, Satisfaction, Quality Assessments and Behaviours." [In eng]. *Health Care Management Review* 20, no. 1 (1995): 48-61.
- Jamal Abdul Nassir Shaari, Hisham Sabri, Muhammad Nizam Awang, Nur Izzati, Nadia Mohd Dzolkifli, Mohammad Aizat Jamaludin, Nor 'Azzah Kamri, and Ungku Fatimah Ungku Zainal Abidin. "Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Pemeriksaan Industri Halal di Kalangan Usahawan: Suatu Analisis." Paper presented at *The International Conference on Economic, Entrepreneurship and Management*, Langkawi, 2019.
- Jang, Yeajin, Heejung Ro, and Tae-Hee Kim. "Social Servicescape: The Impact of Social Factors on Restaurant Image and Behavioral Intentions." *International Journal of Hospitality & Tourism Administration* 16, no. 3 (2015): 290-309.
- Khan, Ghazala, and Faiza Khan. "'Is This Restaurant Halal?' Surrogate Indicators and Muslim Behaviour." *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 5 (2020): 1105-1123.
- Kim, Namin, and Moonkyu Lee. "Other Customers in a Service Encounter: Examining the Effect in a Restaurant Setting." *Journal of Services Marketing* 26, no. 1 (2012): 27-40.
- Lin, Ingrid Y., and Anna S. Mattila. "Restaurant Servicescape, Service Encounter and Perceived Congruency on Customers' Emotions and Satisfaction." *Journal of Hospitality Marketing & Management* 19, no. 8 (2010): 819-41.
- McPherson, Miller, Lynn Smith-Lovin, and James M. Cook. "Birds of a Feather: Homophily in Social Networks." *Annual Review of Sociology* 27, no. 1 (2001): 415-44.
- Medabesh, Ali, and Makarand Upadhyaya. "Servicescape and Customer Substantiation of Star Hotels in India's Metropolitan City of Delhi." [In eng]. *Journal of Marketing & Communication* 8, no. 2 (2012): 39-47.
- Mohamad, Zulkifli. "#3130: Makan Di Premis/Restoran Bukan Islam 'No Pork No Lard'." Maktabah Al-Bakri, <https://maktabahalbakri.com/3130-makan-di-premis-restoran-bukan-islam-no-pork-no-lard/>.
- Mohamed, Abdelaal Emad. "Assessing Social and Physical Servicescape as Drivers of Hotels' Image Formation: Customers Perspective." *Journal of Faculty of Tourism and Hotels* 10, no. 1 (2016): 142-60.
- Mohani Abdul, Hashanah Ismail, Haslina Hashim, Juliana Johari. "SMEs and Halal Certification." *China-USA Business Review* 8, no. 4 (2009): 22-29.
- Mohd Said, Sakini. "Sampai Bila Pilih Premis Makanan Kotor?". Utusan Borneo, 2018.
- Muhamed, and Nurul Aini. "Salah Guna Imej Islam Di Restoran." Sinar Harian, 2019.

- Noor Fiteri bin Abdullah, and Masnisah binti Mukhtar. "Cabaran Pelaksanaan Pensijilan Halal di Perlis: Pengalaman Bahagian Penyelidikan Dan Hab Halal." Paper presented in *The 2nd International Convention on Islamic Management*. Academy of Islamic Studies, Universiti Malaya, 2015.
- Norsuyanti. "Sijil Kebersihan Premis 24.10.2019." Impiana Hotel Ipoh, July 18, 2019. <https://ipohhotels.impiana.com.my/uncategorized/sijil-kebersihan-premis-20-10-2019/>.
- Nuray Turker, Samet Gökkaya, and Ayşegül Acar. "Measuring the Effect of Restaurant Servicescapes on Customer Loyalty." *Tourizm Akademik Dergisi* 2 (2019): 255-70.
- Park, Haeik, Barbara A. Almanza, Li Miao, Sandra Sydnor, and SooCheong Jang. "Consumer Perceptions and Emotions About Sanitation Conditions in Full-Service Restaurants." *Journal of Foodservice Business Research* 19, no. 5 (2016): 474-87.
- Pensijilan Bess - Kaizer Management & Consultancy sdn bhd. Diakses pada Julai 8, 2025. <https://kaizermc.com/en/pensijilan-bess/>.
- Portal Halal Malaysia. "Verify Halal Status." <https://myehalal.halal.gov.my/portal-halal/v1/>.
- Ryu Kisang, and Han Heesup. "Influence of Physical Environment on Disconfirmation, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty for First-Time and Repeat Customers in Upscale Restaurants." In *International CHRIE Conference*. University of Massachusetts, 2010.
- Shahira, Nini. "Pekerja Restoran Pakai Songkok Dan Rantai Salib – Pengurus Mohon Maaf." *Buletin TV3*, 2023.
- Sharifah Zannierah, Collin Michael Hall, Paul William Ballantine, and Syed Marzuki. "Restaurant Managers' Perspectives on Halal Certification." *Journal of Islamic Marketing* 3, no. 1 (2012): 47-58.
- Talmizi, Aisyah Mohd. "Elemen Landskap Perkhidmatan Dalam Pemilihan Restoran Halal Korea: Kajian Dalam Kalangan Belia Muslim Di Lembah Klang." Tesis Sarjana, Universiti Malaya, 2024.
- Tom, Gail, Teresa Barnett, William Lew, and Jodean Selman. "Cueing the Consumer: The Role of Salient Cues in Consumer Perception." *Journal of Consumer Marketing* 4, no. 2 (1987): 23-27.
- Tombs Alastair, and McColl-Kennedy Janet R. "Social-Servicescape Conceptual Model." *Marketing Theory* 3, no. 4 (2003): 447-75.
- Tuzunkan, Demet, and Asli Albayrak. "The Importance of Restaurant Physical Environment for Turkish Customers." *Journal of Tourism Research & Hospitality* 5, no. 1 (2016): 1000154.
- Vilnai-Yavetz, Iris, and Shaked Gilboa. "The Effect of Servicescape Cleanliness on Customer Reactions." *Services Marketing Quarterly* 31 (04/01 2010): 213-34.
- Wakefield, Kirk L., and Jeffrey G. Blodgett. "The Importance of Servicescapes in Leisure Service Settings." *Journal of Services Marketing* 8, no. 3 (1994): 66-76.
- Wener, Richard E., and Robert D. Kaminoff. "Improving Environmental Information." *Environment and Behavior* 15, no. 1 (1983): 3-20.
- Zeithaml, Valarie A., Leonard L. Berry, and A. Parasuraman. "The Behavioral Consequences of Service Quality." *Journal of Marketing* 60, no. 2 (1996): 31-46.