



Prodi Ekonomi
Syariah

Ekobis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah

Journal homepage: <http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/ekobis>

Volume 2, No. 1
Januari-Juni 2018
Halaman: 44-50

Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)

Era Susanti, Nilam Sari, Khairul Amri

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Submit 4 Januari 2018
Revisi 3 Februari 2018
Diterima 2 April 2018

Kata Kunci:

Halal Labeling
Buying Decision
Packaged Food

ABSTRACT

This study aims to determine how the effect of halal labeling on the purchase decision of packaged food for students of the Faculty of Economics and Islamic Business. This research uses quantitative methods. Sources of data used are primary data and secondary data. Respondents who were sampled in this study were 93 people. The data analysis process used simple linear regression analysis. Based on the regression results, it is found that the Halal Label Variable has a significant effect on the Purchase Decision Variable, this can be seen from the significant halal label of 0.000, which means it is smaller than the significance level used, namely 0.05. And it can also be seen from the tcount of 5,383, which means that t count is greater than t table, which is 1,661.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian makanan kemasan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sumber Data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder. Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini sebanyak 93 orang. Proses analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil regresi ditemukan Variabel Label Halal berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Keputusan Pembelian hal ini dilihat dari signifikan label halal sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari t_{hitung} sebesar 5.383 yang berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1.661.

1. PENDAHULUAN

Islam adalah agama yang komprehensif yang mencakup semua aspek kehidupan, mengatur semua perilaku manusia. Bahkan tidak ada satupun sistem sosial tradisional dan modern yang telah menetapkan standar moral bagi manusia dan mengatur semua aspek kehidupan manusia sampai persoalan detail selain islam, termasuk dalam hal ini konsumsi (Antonio, 2003: 4). Bahkan konsumsi merupakan seruan perannya sebagai khalifah di bumi, sehingga segala sesuatu yang dilakukan manusia di dunia ini tidak terlepas dari ajaran Islam. Seperti halnya konsumsi, manusia harus mengikuti ajaran Islam.

Dalam sistem ekonomi Islam, tujuan utama konsumsi seorang Muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan ketaatan pengabdian kepada Allah, akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapat pahala. Dalam ekonomi Islam, konsumsi dinilai sebagai sarana wajib bagi seorang muslim dan tidak bisa mengabaikannya dalam merealisasikan tujuan yang dikehendaki Allah dalam penciptaan manusia, yaitu merealisasikan pengabdian sepenuhnya hanya kepada-Nya.

Al-Qardhawi (1997:139) memberikan beberapa konsep ideal terkait dengan konsumsi dalam Islam, ada beberapa norma dasar dalam perilaku konsumsi seorang Muslim yang beriman dalam membelanjakan harta hendaknya untuk kebaikan, yakni menjauh dari sifat kikir, tidak melakukan kemubaziran dan bersikap sederhana.

Dalam Islam ada tiga prinsip dasar konsumsi yang penting digarisbawahi, yakni konsumsi barang halal, konsumsi

barang suci dan bersih, dan tidak berlebihan (Chaundhry, 2012 :137).

Prinsip kesederhanaan dalam konsumsi berarti bahwa orang haruslah mengambil makanan dan minuman sekedarnya dan tidak berlebihan. Al-Qur'an menyatakan:

﴿ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾

Artinya : “ Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan, Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan” (QS.al-A'raaf [7]:31)

Pembangunan dan perkembangan perekonomian di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Ditambah dengan globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi kiranya memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa. Akhirnya barang dan/jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri. Kondisi seperti itu memberi peluang bagi konsumen untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen (Muru dan Yodo, 2004:37).

Saat ini, perkembangan bidang industri yang memproduksi makanan dan minuman yang semakin pesat dengan fasilitas teknologi yang semakin canggih, permasalahan makanan dan minuman menjadi relatif kompleks. Terutama berkaitan dengan kehalalan sebuah produk merupakan suatu hal yang sangat diperhatikan, karena dalam proses produksi makanan begitu banyak bahan utama dan bahan tambahan yang digunakan untuk memproduksi makanan dan minuman dengan asal bahan yang belum diketahui unsur halal-halalnya. Sebagai contoh, dahulu orang membuat roti cukup dengan menggunakan bahan dasar terigu, ragi dan air. Akan tetapi, sekarang tidak cukup hanya dengan bahan utama itu saja, tetapi perlu ada tambahan bahan lainnya yang disebut dengan bahan tambahan makanan seperti *shortening* (mentega putih), perisa atau *flavor* (bahan untuk menimbulkan aroma dan rasa tertentu), dan *anticaking agent*.

Di antara bahan-bahan tambahan tersebut banyak bagi orang awam tidak mengetahui asal usulnya, akan tetapi bagi ahlinya telah diketahui bahwa di antara bahan tambahan makanan tersebut (contohnya *shortening*) ada yang mengandung lemak babi atau bahan yang dapat berasal dari lemak babi yang diperoleh melalui reaksi kimia dengan menggunakan bahan awal salah satu komponen yang berasal dari lemak babi. Sehingga untuk mengetahui mana yang halal (tidak mengandung unsur babi) dan mana yang tidak halal pada sebuah produk makanan kemasan diperlukan usaha yang sangat teliti.

Mengonsumsi makanan halal merupakan sebuah kewajiban bagi konsumen muslim, karena tidak sekedar menuntut produk yang higienis dengan harga yang mudah dijangkau, tetapi terjamin kehalalannya. Namun dengan keterbatasan ilmu, bagi konsumen muslim melihat kehalalan hanya dari kemasan saja. Untuk melindungi konsumen muslim, maka harus ada lembaga yang menjamin bahwa produk berlabel halal telah bersertifikat halal artinya adanya pengakuan secara legal bahwa produk yang dikeluarkan telah memenuhi ketentuan halal.

Di tengah persaingan yang ketat, label halal dapat menjadi senjata untuk menarik perhatian dan mengikat loyalitas konsumen. Sebuah label juga merupakan sarana informasi penting bagi para konsumen. Informasi ini dapat memberi dampak yang signifikan untuk meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih produk serta meningkatkan loyalitas terhadap pembelian produk tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yang memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian, pemenuhan hak ini akan menguntungkan baik bagi konsumen maupun bagi produsen. Keterlibatan konsumen yang tinggi akan menyebabkan konsumen lebih banyak mencari informasi dan menyeleksi informasi serta lebih berhati-hati dalam keputusan pembelian.

Di Indonesia, konsumen muslim dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen muslim di Indonesia. Lembaga ini adalah Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan – Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Lembaga ini mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal, sehingga produk yang sudah memiliki sertifikat halal tersebut dapat memberi label halal pada produknya (Pusat Pelatihan dan Informasi Halal PPIH, 2009:2).

Label halal yang ada pada kemasan produk yang beredar di Indonesia adalah sebuah logo yang tersusun dari huruf-huruf Arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran. Dengan adanya label halal ini konsumen dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Secara teori maka, untuk para pemeluk agama Islam yang taat, pilihan produk makanan yang mereka pilih adalah makanan halal yang diwakili dengan label halal.

Dengan demikian, produk-produk yang tidak mencantumkan label halal pada kemasannya dianggap belum mendapat persetujuan lembaga berwenang (LPPOM-MUI) untuk diklasifikasikan ke dalam daftar produk halal atau dianggap masih diragukan kehalalannya. Ketidakhadiran label itu akan membuat konsumen berhati-hati dalam memutuskan

untuk mengkonsumsi atau tidak produk-produk tanpa label halal tersebut.

Pemahaman yang semakin baik tentang agama membuat konsumen Muslim menjadi semakin selektif dalam pemilihan produk yang dikonsumsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang mahasiswanya beragama Islam dapat menjadi perwakilan dari komoditas muslim yang menjadi konsumen produk tersebut. Mahasiswa adalah komunitas kritis yang apabila ditinjau dari sisi informasi yang mereka peroleh dan kemampuan mereka untuk mencerna informasi adalah komunitas yang bisa memilah-milah produk-produk yang mereka konsumsi berdasarkan informasi yang mereka peroleh.

Agar dapat memperoleh informasi yang lebih jelas disertai bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian makanan kemasan, perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah. Untuk itu penulis akan melakukan penelitian dengan menjadikan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry sebagai populasi. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti lebih lanjut masalah tersebut dalam sebuah karya ilmiah dengan judul **"Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry)"**.

2. TINJAUAN TEORITIS

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan pernyataan halal atau logo yang tersusun dari huruf-huruf Arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Labelisasi halal mencakup proses pematangan, penyimpanan, penyajian, penyiapan, kesehatan dan kebersihan, seperti belum kedaluarsa, tidak mengandung zat pewarna dan lain sebagainya. Pengertian labelisasi halal menurut Dapertemen Agama yang dimuat dalam KEPMENAG RI № 518 Tahun 2001 tentang pemeriksaan dan penetapan pangan halal adalah "...tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam".

Label halal diperoleh setelah mendapatkan sertifikat halal. Sertifikat halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam (Burhanuddin, 2011:140).

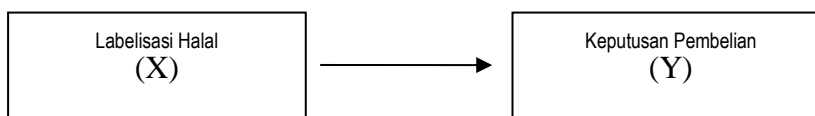
Syarat kehalalan suatu produk di antaranya:

- a. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
- b. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan. Seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran-kotoran, dan lain sebagainya.
- c. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.
- d. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam.
- e. Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar.

Secara ringkas, syarat-syarat produk halal menurut Islam adalah halal zatnya, halal cara memperolehnya, halal dalam prosesnya, halal dalam penyimpanannya, halal dalam pengangkutannya dan halal dalam penyajiannya.

Menurut Utami (2013:13), label halal diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. Gambar, merupakan hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, orang, tumbuhan, dan sebagainya).
- b. Tulisan, merupakan hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca.
- c. Kombinasi gambar dan tulisan, merupakan gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian
- d. Menempel pada kemasan, dapat diartikan sebagai sesuatu yang melekat (dengan sengaja atau tidak sengaja) pada kemasan (pelindung suatu produk).



3. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2011:8).

Data dan Teknik Pemerolehannya

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis menggunakan data sebagai berikut:

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh oleh peneliti dari sumber asli (Muhammad, 2004 :102). Data primer dari penelitian ini diperoleh langsung dari penyebaran pertanyaan pada Mahasiswa FEBI UIN Ar- Raniry Banda Aceh.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen atau lewat orang lain. Data Sekunder dari penelitian ini diperoleh dari jurnal penelitian terdahulu, buku, majalah, jurnal dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang berlokasi di Jl. Syeh Abdul Rauf Darussalam, Kopelma Darussalam, Syiah Kuala, Kota Banda Aceh.

Teknik Pengumpulan Data

a. Metode Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Berdasarkan bentuk pertanyaan atau pernyataan yang ada dalam angket tersebut, angket dapat dibedakan atas 3 golongan, yaitu angket terbuka, angket tertutup, dan angket semi terbuka.

Dari keterangan di atas peneliti akan menggunakan teknik angket tertutup untuk mengetahui data tentang minat pembelian mahasiswa. Karena menurut penulis metode angket tertutup ini yang paling tepat untuk memperoleh pernyataan atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden. Angket tertutup (*closed questionare*) merupakan angket yang pertanyaan atau pernyataan tidak memberikan kebebasan kepada responden untuk memberikan jawaban dan pendapatnya sesuai dengan keinginan mereka. (Hasan, 2002 :84).

b. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah cara pengumpulan informasi yang didapatkan dari dokumen (Arikunto, 2002:270). Teknik ini dilakukan untuk mengumpulkan data yang mendukung dan berhubungan dengan penelitian berupa sumber informasi berupa dokumen internal seperti data mahasiswa, gambaran umum fakultas ekonomi dan bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Maupun dokumen eksternal berisi bahan-bahan informasi berupa buku dan jurnal ilmiah yang berkaitan.

Skala Pengukuran

Adapun skala yang dipakai adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-instrument yang berupa pertanyaan atau pernyataan.

Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut:

- | | | |
|------------------------|-------|-----------------|
| a. Sangat Setuju | (SS) | diberi Skor 5 ; |
| b. Setuju | (S) | diberi Skor 4 ; |
| c. Kurang Setuju | (KS) | diberi Skor 3; |
| d. Tidak Setuju | (TS) | diberi Skor 2; |
| e. Sangat Tidak Setuju | (STS) | diberi Skor 1; |

Metode Analisis Data

Regresi Linear Sederhana

Untuk menganalisis pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian makanan kemasan digunakan

regresi linier sederhana.

$$Y = a + bX$$

Di mana :

Y = Keputusan Pembelian

X = Pengaruh Labelisasi Halal.

a = Konstanta.

b = Koefisien Regresi.

4. Hasil Analisis

Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana dipakai untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi linier sederhana dalam penelitian ini dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$= 2.103 + 0.488 X$$

Di mana :

Y = Keputusan Pembelian

X = Pengaruh Labelisasi Halal.

Berikut ini merupakan hasil dari pengolahan data dengan menggunakan SPSS 16.

Tabel 1
Hasil Regresi Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	2.103	.394		5.331	.000
Labelisasi Halal	.488	.091	.491	5.383	.000

a. Dependent Variable:
Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer yang diolah, (2018).

Berdasarkan persamaan regresi linier sederhana di atas dapat disimpulkan bahwa :

- Konstanta sebesar 2.103 yang menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata keputusan pembelian mahasiswa sebesar 2.103. Artinya ketika pembeli membeli produk makanan kemasan dan tidak terpengaruhi oleh tidak adanya label halal pada kemasan produk, maka minat beli konsumen sebesar 2.103.
- Koefisien regresi labelisasi halal sebesar 0.488 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan label halal sebesar satu-satuan, maka akan diikuti dengan kenaikan keputusan pembelian sebesar 0.488. Artinya ketika ada satu orang pembeli membeli produk kemasan dan terpengaruhi atau menyatakan bahwa harus ada label halal pada kemasan produk maka keputusan pembelian konsumen yang terpengaruhi oleh label halal akan bertambah sebanyak 0.488.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu statistik independen secara individual dalam menerangkan variasi statistik dependen. Berikut ini merupakan statistik hasil uji statistic t.

Tabel 2
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	2.103	.394		5.331	.000
Labelisasi Halal	.488	.091	.491	5.383	.000

a. Dependent Variable:
Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer yang diolah, (2018).

Berdasarkan tabel di atas, dari variabel independen yang dimasukkan kedalam model regresi. Variabel X (Label Halal) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) hal ini dilihat dari signifikan label halal sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari t_{hitung} sebesar 5.383 yang berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1.661.

Pembahasan Hipotesis

Dari hasil penelitian dapat diketahui variabel label halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dapat dilihat dari signifikansi label halal sebesar 0.000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari t_{hitung} sebesar 5.383 yang berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1.661. Koefisien regresi labelisasi halal sebesar 0.488 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan label halal sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan kenaikan keputusan pembelian sebesar 0.488. maka dengan demikian H_a diterima, bahwa secara parsial label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan. Hal tersebut menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Selain itu mengindikasikan bahwa dengan adanya label halal pada produk kemasan dapat lebih meyakinkan masyarakat dalam membeli produk. Berdasarkan hasil kuesioner banyak responden atau mahasiswa menyatakan bahwasanya memilih produk yang berlabel halal akan merasa puas, merasa aman dan percaya akan kehalalan dan keamanan produk tersebut. Dari persepsi tersebut proses di mana orang akan memilih, mengatur dan mempertimbangkan produk-produk yang akan dikonsumsi. Setelah adanya persepsi tersebut maka timbullah keyakinan dan sikap masyarakat dengan adanya label halal. Dan pada akhirnya keyakinan dan sikap tersebut mempengaruhi pembelian masyarakat.

Pernyataan ini sesuai dengan Philip Kotler yang mengatakan bahwasanya keyakinan dan sikap mempengaruhi perilaku pembelian individu. Keyakinan didasarkan pada iman, dan orang memiliki sikap menyangkut agama, politik, pakaian, makanan, dan semua hal di mana sikap menempatkan orang ke dalam suatu kerangka pikiran untuk menyukai dan atau tidak menyukai sesuatu. Hal ini juga sesuai dengan etika konsumsi Islam di mana selalu merujuk kepada dasar *halalan thayyiban*, mengedepankan kehalalan suatu produk di mana konsumen muslim cenderung memilih produk yang dapat memberikan masalah.

Mengonsumsi produk halal terdapat dalam kitab suci dan merupakan perintah langsung dari Allah yang ditujukan untuk kebaikan manusia sendiri, keterangan tentang halal pada produk yang dijual terutama di Indonesia mempunyai arti yang sangat penting dan dimaksudkan untuk melindungi masyarakat yang beragama Islam dapat terhindar dari melakukan pengonsumsi produk yang tidak halal (haram). Dengan menerapkan standar halal membuat produk memiliki standart kualitas yang jelas, serta memberikan nilai fungsi yang lebih kepada pelanggan, produk yang sudah memiliki jaminan halal, secara langsung memberikan ketenangan batin bagi konsumennya. Karena sudah tidak ada keragu-raguan lagi apakah bahan baku dan proses produksi barang tersebut tidak dilakukan secara benar. Label halal di Indonesia berada di bawah pengawasan Majelis Ulama Indonesia atau MUI.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “ Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh angkatan 2014-2015)” adalah sebagai berikut:

Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian

Variabel X (Label Halal) berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Y (Keputusan Pembelian) hal ini dapat dilihat dari signifikansi label halal sebesar 0.000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari t_{hitung} sebesar 5.383 yang berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1.661. Koefisien regresi labelisasi halal sebesar 0.488 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan label halal sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan kenaikan keputusan pembelian sebesar 0.488.

Hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan label halal pada produk makanan kemasan memberikan nilai positif yang memiliki peluang besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Minat beli diambil dari persepsi terlebih dahulu di mana orang akan memilih, mengatur dan mempertimbangkan produk-produk yang akan dikonsumsi. Setelah adanya persepsi tersebut maka timbullah keyakinan dan sikap masyarakat dengan adanya label halal. Dan pada akhirnya keyakinan dan sikap tersebut mempengaruhi pembelian masyarakat. Pernyataan ini sesuai dengan Philip Kotler yang mengatakan bahwasanya keyakinan dan sikap mempengaruhi perilaku pembelian individu dan sesuai dengan etika konsumsi dalam Islam yang selalu merujuk kepada dasar *halalan thayyiban*.

SARAN

1. Karena besarnya pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen, sebaiknya produk-produk yang halal tetapi belum memiliki label halal segera mendaftarkan produknya ke LPPOM-MUI agar mendapatkan sertifikat halal.
2. Sebagai seorang konsumen, terutama seorang Muslim haruslah lebih kritis terhadap produk yang akan dikonsumsi. Selain itu konsumen sebaiknya juga meningkatkan pengetahuan tentang label halal serta lebih memperhatikan keberadaan label halal pada makanan kemasan yang akan dikonsumsi.

Daftar pustaka

- Al-Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Antonio, M. (2003). *Bank Syariah, Teori dan Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Burhanuddin. (2011). *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*. Malang: UIN Maliki Press.
- Chaundhry, M. S. (2012). *Sistem Ekonomi Islam, Prinsip Dasar (Fundamental of Islamic Economic System)*. Jakarta: Kencana.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Miru, A., & Yodo, S. (2004). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajawali Press.
- Muhammad. (2004). *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- PPIH, P. P. (2009). *Daftar Belanja Produk Halal*. Jakarta: LPPOM-MUI.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Utami. (2013). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga