

PENGARUH SERTIFIKASI HALAL TERHADAP MINAT MASYARAKAT MEMBELI PRODUK MAKANAN BERLABEL HALAL DI KUALA TUNGKAL

Sri Kasnelly; Abd. Jalil

Dosen STAI An-Nadwah Kuala Tungkal

Abstrak

Sertifikasi halal penting karena merupakan jaminan keamanan bagi seorang konsumen muslim untuk dapat memilih makanan yang baik baginya dan sesuai dengan aturan agama. Dengan diketahui kehalalan produk makanan dari label halal yang tercantum pada produk tersebut, tentu akan menimbulkan minat yang besar bagi konsumen dalam memutuskan membeli dan memakan produk makanan halal. Masyarakat Kuala Tungkal mayoritas beragama Islam. Untuk memenuhi kebutuhannya, masyarakat Kuala Tungkal berbelanja pada tiga mini market yang beroperasi diantaranya adalah Asean market, Fresh market, Indo Maret, sebagai perbelanjaan modern yang menjual aneka ragam produk makanan dalam kemasan dan merek. Minat membeli masyarakat Kuala Tungkal terhadap produk makanan sangat tinggi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal terhadap minat masyarakat membeli produk makanan halal di Kuala Tungkal. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling, yaitu sampling aksidental. Responden yang dipilih sebanyak 75 orang. Dari hasil uji-t diperoleh nilai t hitung 6,713 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti ada pengaruh antara sertifikasi halal terhadap minat masyarakat membeli produk makanan berlabel halal.

Kata Kunci : Sertifikasi Halal, Minat Membeli.

Pendahuluan

Dalam Islam, umat muslim diwajibkan mengkonsumsi makanan yang halal, karena setiap makanan yang kita konsumsi akan mendarah daging dalam tubuh dan menjadi sumber energi yang penting untuk kehidupan.

Rasulallah SAW bersabda:

لَا يَرْبُو لَحْمٌ تَبَّتْ مِنْ سُحْتٍ إِلَّا كَانَتْ النَّارُ أَوْلَىٰ بِهِ {الترمذي}

“Tidaklah tumbuh daging dari makanan haram, kecuali neraka lebih utama untuknya”. (HR At Tarmidzi).¹

Ibnu Katsir menjelaskan bahwa memakan makanan yang halal merupakan syarat terkabulnya do'a dan diterimanya ibadah. Demikian sebaliknya, memakan makanan yang haram menjadi sebab ditolakannya do'a dan ibadah.² Memakan makanan yang haram bukan hanya perbuatan dosa, tetapi ia dapat pula berdampak terhadap anak atau keturunan pemakannya. Keinginan masyarakat mengkonsumsi produk-produk halal tentu akan meningkatkan kejelian dalam proses pemilihan produk dengan cara memastikan keberadaan label halal pada produk tersebut. Syarat-syarat produk halal menurut Islam adalah halal zatnya, halal cara memperolehnya, halal dalam memprosesnya, halal dalam penyimpanannya, halal dalam pengangkutannya dan halal dalam penyajiannya. Sehubungan dengan label, konsumen perlu memperoleh informasi yang benar, jelas dan lengkap mengenai kuantitas, isi (bahan halal atau haram), dan kualitas maupun hal-hal lain yang diperlukan mengenai produk yang beredar di pasaran. Informasi pada label produk sangat diperlukan agar konsumen dapat secara tepat menentukan pilihan sebelum memutuskan untuk membeli.

Label halal merupakan alat penyampai informasi mengenai nama produk, label juga memberikan informasi daftar bahan yang terkandung dalam produk, berat bersih, daya tahan, nilai ataupun kegunaan produk serta keterangan tentang halal.³ Label halal diperoleh setelah mendapatkan sertifikat halal. Sertifikat halal

¹ Imam Nawawi. *Syarah Hadits Arba'in*. A.Rahman Ansari; Terjemah. (Jakarta: Khazanah Ilmu.2009). hlm.278

² Ibnu Katsir, *Imaduddin Abu Al-Fida Ismail, Tafsir Al-Quran Al- Azhim*, Jilid I, hlm.205.

³ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Pencantuman Label pada produk dan Iklan

Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal di Kuala Tungkal

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.⁴

Sertifikasi halal penting karena merupakan jaminan keamanan bagi seorang konsumen muslim untuk dapat memilih makanan yang baik baginya dan sesuai dengan aturan agama. Produk makanan yang memiliki sertifikasi halal adalah produk yang di dalam proses pengolahannya memenuhi standar dalam keamanan dan kebersihannya.⁵ Sertifikasi halal merupakan pencantuman pernyataan halal pada kemasan suatu produk yang bertujuan agar masyarakat muslim mengetahui bahwa produk tersebut berstatus halal.⁶ Produk yang memiliki sertifikasi halal adalah produk yang telah teruji dalam kehalalan dan bisa dikonsumsi umat muslim. Produk yang telah memiliki sertifikasi halal dibuktikan dengan pencantuman logo dalam kemasan produk. Sertifikasi dan labelisasi halal bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen, serta meningkatkan daya saing produk dalam negeri guna meningkatkan pendapatan nasional.⁷

Makanan halal adalah semua jenis makanan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang dilarang/ haram atau yang diolah menurut hukum-hukum Islam.⁸ Produk yang mencantumkan tulisan 'halal' pada label/ penandaan makanan produknya bertanggung jawab terhadap halalnya makanan tersebut bagi

⁴ Burhanuddin. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*. (Malang: UIN Maliki Press, 2011). hlm.140

⁵ Lada S, Tanakinjal H & Amin. *Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. International journal islamic and middle eastern finance and management*. Cet. 2. (2009). hlm. 66-67

⁶ Rangkuti Ramadhan. *Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan (snack merek chitato) studi pada mahasiswa Universitas Sumatera Utara*. Medan: USU, 2010.

⁷ Teti Indrawati Purnamasari, "Sertifikasi dan labelisasi produk pangan halal dalam rangka perlindungan konsumen muslim di Indonesia", *Jurnal-Istinbath*, No.1, Vol. 3 Desember 2005, hlm.48

⁸ Peraturan Bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama No.427/MENKES/SKB/VIII/1985 Tentang Keberadaan Barang yang mengandung unsur-unsur keharaman

pemeluk agama Islam. Ajaran untuk makan makanan yang baik (*thayyib*) dijelaskan dalam firman Allah:⁹

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُلُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا رَزَقْنٰكُمْ وَاَشْكُرُوْا لِلّٰهِ اِنَّ

كُنْتُمْ اِيَّاهُ تَعْبُدُوْنَ

Yang artinya: “Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah”(QS.Al-Baqarah[2]:172).

Ayat ini mengajarkan kepada orang-orang mukmin agar memakan makanan yang *thayyibat*, yaitu halal, suci, dan disenangi. Sebaliknya, Al-Quran melarang orang mukmin memakan makanan yang tidak halal walaupun suci dan menyenangkan, atau sesuatu yang halal dan suci tetapi dapat mendatangkan mudarat kepada orang yang memakannya.¹⁰

Dengan diketahui kehalalan produk makanan dari label halal yang tercantum pada produk tersebut, tentu akan menimbulkan minat yang besar bagi konsumen dalam memutuskan membeli dan memakan produk makanan halal. Minat merupakan suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada waktu tertentu.¹¹

Penelitian sejenis telah banyak dilakukan antara lain oleh Aldy Pratama Simatupang (2018) dengan judul penelitian “*Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pizza Hut Kota Medan)*”.¹² Hasil penelitian dengan metode analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Penelitian

⁹ Departemen Agama RI. *Al Qur'an dan Terjemah*. (Jakarta; CV. Sahabat, 2014).. hlm. 26.

¹⁰ Kadar M. Yusuf. *Tafsir Ayat Ahkam: Tafsir Tematik Ayat-Ayat Hukum*. Ed.2, Cet.1 (Jakarta:Amzah, 2013), hlm.146.

¹¹ Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Erlangga, 2009. hlm. 87

¹² Aldy Pratama Simatupang. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pizza Hut Kota Medan)*. Skripsi: Universitas Sumatera Utara, 2018.

juga dilakukan oleh Danang Waskito (2015) dengan judul “*Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta)*”.¹³ Hasil penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda menemukan bahwa: (1) Sertifikasi Halal berpengaruh positif terhadap minat beli dengan nilai regresi 0,106 dan tingkat signifikansinya 0,000. (2) Kesadaran Halal berpengaruh positif terhadap minat beli dengan nilai regresi 0,251 dan tingkat signifikansinya 0,000. (3) Bahan Makanan berpengaruh positif terhadap minat beli dengan nilai regresi 0,191 dan tingkat signifikansinya 0,011. (4) Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan secara simultan berpengaruh positif terhadap minat beli dengan tingkat signifikansinya 0,000, lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$). (5) Hasil koefisien determinasi besarnya pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan terhadap minat beli adalah sebesar 28,8 persen. Penelitian lain dilakukan oleh Salma Luthfiya Farros (2016) dengan judul “*Respon Masyarakat Terhadap Produk UKM Berlabel Halal (Studi : Kelompok Pengajian Majelis Jalsatul Mustofa Kecamatan Tungkal Ilir)*”.¹⁴ Berdasarkan hasil penelitian, semua memilih menggunakan produk halal daripada produk tidak halal, hal ini ditunjukkan dengan hubungan adanya signifikansi terhadap produk halal butir pertanyaan pada konstruk label halal $> 0,334$. Dan keputusan membeli responden terhadap produk halal menunjukkan adanya signifikansi pada butir pertanyaan di konstruk keputusan membeli $> 0,334$. Hasil regresi linier tentang respon kelompok pengajian Majelis Jalsatul Musthofa Kecamatan Tungkal Ilir untuk keputusan membeli produk berlabel halal menunjukkan sangat signifikan (respon yang sangat baik) yaitu sebesar $0,000 < 0,05$.

Kuala Tungkal sebagai pusat pemerintahan dan ibu kota kabupaten memiliki potensi perdagangan yang baik. Produk makanan dan minuman dalam negeri dan impor yang berasal dari Malaysia dan Singapura bersaing ketat.

¹³Danang Waskito. *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta)*. Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.

¹⁴Salma Luthfiya Farros. *Respon Masyarakat Terhadap Produk UKM Berlabel Halal (Studi: Kelompok Pengajian Majelis Jalsatul Mustofa Kecamatan Tungkal Ilir)*. Skripsi: Universitas Jambi, 2016.

Masyarakat Kuala Tungkal mayoritas beragama Islam. Untuk memenuhi kebutuhannya, masyarakat Kuala Tungkal terlihat ramai berbelanja pada tiga mini market yang beroperasi diantaranya adalah Asean market, Fresh market, Indo Maret, sebagai perbelanjaan modern yang menjual aneka ragam produk makanan dalam kemasan dan merek. Dengan hadirnya tiga mini market ini, masyarakat dapat memilih produk makanan apa dan mana yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Minat membeli masyarakat Kuala Tungkal terhadap produk makanan sangat tinggi. Pada saat melakukan pembelian sangat selektif dengan memperhatikan dan membeli produk makanan berlabel halal yang tertera pada produk. Dengan adanya label halal ini membuat masyarakat menjadi yakin untuk membeli dan mengkonsumsinya. Sebaliknya bila produk tidak memiliki label halal, masyarakat enggan membeli. Namun masih banyak juga masyarakat yang tidak peduli dan menganggap enteng, bahkan cenderung tidak memperhatikan label kehalalan produk makanan yang dibelinya, karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat. Hal ini tidak dapat dibiarkan, masyarakat perlu disadarkan bahwa membeli makanan produk halal itu adalah perintah Allah SWT.

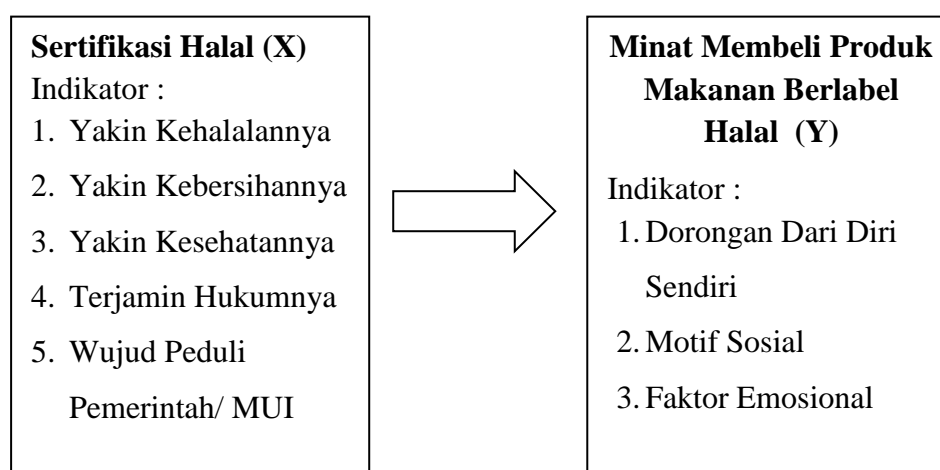
Kerangka Pemikiran

Allah SWT melarang memakan, dan menggunakan yang haram. Disinilah masyarakat muslim dituntut untuk lebih selektif dan teliti dengan produk makanan yang akan dibeli dengan melihat produk makanan itu sudah tersertifikasi halal apa belum. Ketidakinginan masyarakat muslim untuk membeli produk-produk haram akan meningkatkan kejelian dalam proses pemilihan produk. Sehingga akan ada produk yang dipilih untuk dibeli dan produk yang tersisih. Dalam Islam umat muslim diwajibkan membeli makanan yang halal, karena setiap makanan yang kita makan akan mendarah daging dalam tubuh dan menjadi sumber energi yang penting untuk kehidupan. Kehalalan sebagai parameter utama dalam proses pemilihan produk makanan yang menjadi tanggung jawab bagi setiap muslim.

Masyarakat seharusnya lebih hati-hati dalam mengenali label halal yang ada dalam kemasan. Tujuannya agar masyarakat paham label yang resmi dan yang

bukan, maka mereka akan terhindar dari makanan haram. Selain itu, produk yang telah diberi label halal sudah terjamin dari tingkat kebersihan, kesehatan, dan kualitas layak makannya. Minat masyarakat membeli produk makanan yang berlabel halal akan terjadi bila produk telah bersertifikasi halal yang ditandai dengan label halal. Untuk mengetahui minat pada produk berlabel halal ini harus didahului dengan perubahan sikap, mengetahui pemahaman, kemasan, dan kualitas rasa sebagai bentuk keputusan menentukan pilihan. Dengan demikian kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar Skema Kerangka Pemikiran



Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

- H_0 : Tidak ada pengaruh antara sertifikasi halal terhadap minat membeli produk makanan berlabel halal
- H_1 : Ada pengaruh antara sertifikasi halal terhadap minat membeli produk makanan berlabel halal

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan analisis kuantitatif. Metode analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan alat analisis yang bersifat kuantitatif, yaitu alat analisis yang menggunakan model-model, seperti model matematika (misalnya fungsi multivariat), model statistik,

dan ekonometrika. Hasil analisis disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian.¹⁵

Metode Penarikan Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik non-probability sampling, yaitu sampling aksidental. Sampling aksidental adalah penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristiknya, maka orang tersebut digunakan sebagai sampel (responden).¹⁶ Responden yang dipilih sebanyak 75 orang.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan ataupun pernyataan kepada responden. Kuisisioner yang dipakai adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan. Dalam pengukurannya menggunakan skala likert, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan lima pilihan jawaban.¹⁷ Keputusan penilaian pengisian kuisisioner akan ditentukan dengan simbol (SS) sangat setuju dengan skor nilai sebesar 5, simbol (S) setuju dengan skor nilai sebesar 4, simbol (KS) kurang setuju dengan skor nilai sebesar 3, simbol (TS) tidak setuju dengan skor nilai sebesar 2 dan simbol (STS) sangat tidak setuju dengan skor nilai sebesar 1. Adapun interval yang digunakan dalam penelitian ini yang didasarkan pada penggunaan Skala Likert adalah sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{nilai tertinggi}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Rentang nilai tersebut adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,80 = Termasuk kategori negatif (Sangat Tidak Baik)

¹⁵ Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Edisi 2, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), hlm.30

¹⁶ Ibid, hlm.19

¹⁷ Husein Umar. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Edisi 2. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 112

1,81 – 2,60	= Termasuk kategori negatif (Tidak Baik)
2,61 – 3,40	= Termasuk kategori Biasa (Sedang)
3,41 – 4,20	= Termasuk kategori positif (Baik)
4,21 – 5,00	= Termasuk kategori positif (Sangat Baik)

Untuk dapat diolah menjadi analisis regresi, data ordinal yang biasanya didapat menggunakan skala likert (skor kuesioner), maka terlebih dahulu data ini ditransformasikan menjadi data interval dengan menggunakan *Method of Succesive Interval* (MSI).¹⁸ Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS.¹⁹

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Perkembangan Industri dan Perdagangan di Kuala Tungkal

a. Industri

Perkembangan usaha industri pada tahun 2017 tercatat sebanyak 3 unit usaha besar, 14 unit usaha industri kecil, 356 unit usaha industri kerajinan rumah tangga dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 92 industri kecil dan 602 tenaga kerja industri kerajinan rumah tangga. Sehingga mampu memberikan dampak positif terutama tingkat pendapatan rumah tangga.

b. Perdagangan

Tersebar sarana dan prasarana perekonomian seperti pasar tradisional dan pasar modern. Sarana dan prasarana perekonomian itu terdiri dari 6 buah pasar diantaranya adalah pasar mingguan, sementara jumlah restoran/rumah makan sebanyak 32, warung kopi sebanyak 152, toko sebanyak 1.012.

Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden dalam penelitian ini akan menggunakan masyarakat di Kecamatan Tungkal Ilir yang berjumlah 75 orang. Berdasarkan data ini masyarakat di Kecamatan Tungkal Ilir dapat didefinisikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, agama, tingkat pendidikan. Secara rinci

¹⁸ Ibid, hlm.113

¹⁹ V. Wiratna Sujarweni. (2014) *SPSS Untuk Penelitian*. Cet.1, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

karakteristik dari responden/ masyarakat di Kecamatan Tungkal Ilir adalah sebagai berikut:

1. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 59 orang atau 79%, sedangkan yang berjenis perempuan sebanyak 16 orang atau 21%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah laki-laki.

2. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Karakteristik responden berdasarkan agama masyarakat di Kecamatan Tungkal Ilir dengan agama Islam menunjukkan jumlah sebanyak 62 orang atau 83%, dan yang beragama Kristen sebanyak 13 orang atau 17%.

3. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan, bahwa tingkat pendidikan SD, dan D3 dan S2 tidak ada yang menjadi responden, sedangkan tingkat pendidikan SMP sebanyak 10 orang atau 13%, tingkat pendidikan SMA sebanyak 45 orang atau 60%, dan tingkat pendidikan D1 sebanyak 7 orang atau 9% dan S1 sebanyak 13 orang atau 18%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah dari tingkat pendidikan SMA.

Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal di Kuala Tungkal

1. Uji Validitas

Hasil pengujian validitas dilakukan dengan mengolah data menggunakan program SPSS versi 24 sebagaimana tabel berikut:

Tabel 1
Uji Validitas

Correlations			
		MM	SH
MM	Pearson Correlation	1	,708**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	75	20
SH	Pearson Correlation	,708**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	75	75

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 1 bahwa hasil dari output SPSS versi 24 nonparametric correlations terlihat bahwa korelasi antara butir 1, 2, 3, 4 dan 5 terhadap total skor masing-masing indikator sertifikasi halal memiliki nilai r hitung (0,708) menunjukkan hasil koefisien korelasi atau r hitung yang lebih besar dari pada r tabel (0,235), sebagaimana dapat dibandingkan nilai r hitung $0,708 > 0,235$ r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator tersebut lebih besar dari r tabel disebut valid. Kuesioner dalam penelitian telah dinyatakan valid, maka semua pertanyaan pada kuesioner itu telah layak di sebar dan digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang akan dikur oleh kuesioner tersebut.

2. Uji Reliabilitas

Hasil pengujian *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS versi 24 sebagaimana tabel berikut:

Tabel 2
Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,772	,752	2

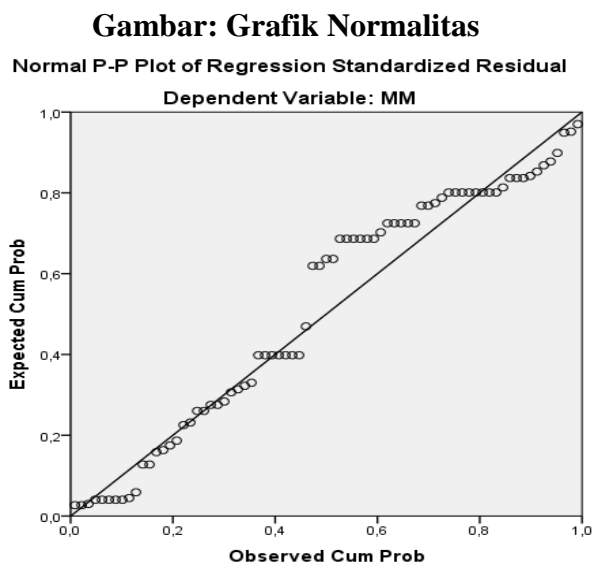
Sumber : Data diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 2 memperlihatkan hasil pengujian reliabilitas menggunakan SPSS versi 24 menunjukkan bahwa indikator dalam penelitian mempunyai *Cronbach's Alpha* yang cukup besar yaitu diatas

0,60 yaitu *Crombach's Alpha* sebesar 0,772. Hasil dari pengujian reliabilitas dapat disimpulkan bahwa konsep pada pengukuran indikator dari kuesioner adalah reliabel, sehingga untuk selanjutnya item-item indikator sertifikasi halal pada masing-masing konsep indikator tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

3. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas sebagaimana gambar berikut:



Sedangkan berdasarkan gambar di atas, Normal P-P (*probability plot*) terdapat data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa uji normalitas pada model regresi tersebut telah memenuhi asumsi normalitas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

Tabel 3
Heteroskedasticity Test

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	0.900649	Prob. F(4,14)	0.4897
Obs*R-squared	3.888592	Prob. Chi-Square(4)	0.4213
Scaled explained SS	4.304298	Prob. Chi-Square(4)	0.3664

Uji statistik untuk mengetahui model lulus atau tidaknya dari heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser. Diperoleh hasil dari pengujian ini nilai F-statistik (F hitung) sebesar 0,489 lebih besar dari tingkat alpha 0,05 (5%) maka H_0 diterima yang artinya tidak terjadi Heteroskedastisitas.

5. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian secara parsial atau uji t dimaksudkan untuk mengetahui apakah indikator-indikator independen secara sendiri-sendiri berpengaruh nyata atau tidak terhadap indikator dependen. Dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi kurang dari 5% ($\alpha = 0,05$) serta derajat kebebasan (dk) sebesar 70, maka t_{tabel} diperoleh 1,671 pada tabel berikut :

Tabel 4
Coefficients Regression

Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	59,161	8,814		6,713	,000
	SH	0,183	,198	,108	,924	,000

a. Dependent Variable: MM

Sumber : Data diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 4 diperoleh hasil uji hipotesis sertifikasi halal ada pengaruh terhadap minat masyarakat membeli produk makanan berlabel halal di Kuala Tungkal ditunjukkan dengan nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ sebagaimana data dari indikator sertifikasi halal $t_{\text{hitung}} 6,713 > 1,671 t_{\text{tabel}}$. Dari output di atas dapat diketahui nilai $t_{\text{hitung}} 6,713$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti ada pengaruh antara sertifikasi halal (X) terhadap minat masyarakat membeli produk makanan berlabel halal (Y).

6. Regresi Linier Sederhana

Hasil pengolahan regresi linier sederhana dengan SPSS versi 24 bertujuan untuk menentukan pengaruh sertifikasi halal terhadap minat

Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal di Kuala Tungkal

masyarakat membeli produk makanan berlabel halal di Kuala Tungkal.

Persamaan regresi linier, sebagai berikut :

$$Y = a + \beta X + e$$

$$MN = 59,161 + 0,183SH$$

Diperoleh hasil bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 59,161 yang berarti jika indikator sertifikasi halal tetap maka minat masyarakat membeli produk makanan berlabel halal sebesar 59,16 persen.
- Koefisien regresi indikator sertifikasi halal sebesar 0,183 maka apabila indikator sertifikasi halal mengalami peningkatan 1 persen maka minat masyarakat membeli produk makanan berlabel halal meningkat sebesar 0,18 persen.

Hasil estimasi yang diperoleh dari koefisien regresi indikator sertifikasi halal (SH) sebesar 0,18 pada tingkat signifikansi 0,000 ($\alpha = 0,05$) yang berarti indikator sertifikasi halal berpengaruh terhadap minat masyarakat membeli produk makanan berlabel halal di Kuala Tungkal.

Faktor Dominan Yang Mempengaruhi

1. Dorongan Dari Diri Sendiri

Dorongan dari diri sendiri memiliki peranan penting berkaitan perilaku konsumen dalam mengamati dan memperhatikan produk makanan yang berlabel halal dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5
Rekapitulasi responden konsumen tentang dorongan dari diri sendiri

Nilai Jawaban	SS	S	KS	TS	STS	Total	X	Keterangan
Jawaban 1	5	4	3	2	1		4,57	Sangat Baik
Jawaban 2	8	3	2	0	0			
Jawaban 3	12	2	1	0	0			
Jawaban 4	8	2	2	0	0			
Jawaban 5	13	3	3					
Jawaban 5	12	2	2	0	0			
Total Jawaban	53	12	10	0	0	75		

Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk
Makanan Berlabel Halal di Kuala Tungkal

Jumlah Jawaban	265	48	30	0	0	343		
Persentase	77,25%	13,99%	8,76%	0%	0%	100%		

Sumber : Data diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 5, bahwa responden yang memilih jawaban 1 untuk sangat setuju sebanyak 8 responden, setuju sebanyak 3 responden, kurang setuju sebanyak 2 responden. Jawaban 2 untuk sangat setuju sebanyak 12 responden, setuju sebanyak 2 responden, kurang setuju sebanyak 1 responden. Jawaban 3 untuk sangat setuju sebanyak 8 responden, setuju sebanyak 2 responden, kurang setuju sebanyak 2 responden. Jawaban 4 untuk sangat setuju sebanyak 13 responden, setuju sebanyak 3 responden, kurang setuju sebanyak 3 responden. Jawaban 5 untuk sangat setuju sebanyak 12 responden, setuju sebanyak 2 responden, kurang setuju sebanyak 2 responden.

Data responden diperoleh total jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 53 orang responden dengan jumlah jawaban sebesar 265 atau 77,25 persen, dan responden yang memilih total jawaban setuju (S) sebanyak 12 orang responden dengan jumlah jawaban sebesar 48 atau 13,99 persen, serta responden yang memilih total jawaban kurang setuju (KS) sebanyak 10 orang responden dengan jumlah jawaban sebesar 30 atau 8,76 persen. Hasil rekapitulasi responden diperoleh total sebesar 343 dibagi jumlah responden sebanyak 75 orang, sehingga diperoleh skor sebesar 4,57.

Berdasarkan ketentuan pada rentang nilai sehingga dapat diketahui letak rata-rata penilaian responden terhadap masing-masing pertanyaan dalam penelitian ini. Rentang nilai tersebut adalah :

- 1,00 – 1,80 = Termasuk kategori negatif (Sangat Tidak Baik)
- 1,81 – 2,60 = Termasuk kategori negatif (Tidak Baik)
- 2,61 – 3,40 = Termasuk kategori Biasa (Sedang)
- 3,41 – 4,20 = Termasuk kategori positif (Baik)
- 4,21 – 5,00 = Termasuk kategori positif (Sangat Baik)

Hasil rekapitulasi dapat diketahui pada indikator dorongan dari diri sendiri dengan skor (4,57) termasuk tingkat kategori sangat baik, karena berada dalam rentang antara 4,21 – 5,00. Hal ini memberikan gambaran bahwa pengaruh dorongan dari diri sendiri sangat baik terhadap minat masyarakat membeli produk makanan berlabel halal.

2. Motif Sosial

Motif sosial yang menarik dan bagus dipandang mata akan menjadi sumber utama konsumen memiliki respon langsung terhadap barang yang diminati tersebut, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6
Rekapitulasi responden konsumen tentang motif sosial

Nilai	SS	S	KS	TS	STS	Total	X	Keterangan
Jawaban	5	4	3	2	1		4,42	Sangat Baik
Jawaban 1	8	2	2	0	0			
Jawaban 2	10	2	3	0	0			
Jawaban 3	8	4	3	0	0			
Jawaban 4	11	3	4					
Jawaban 5	9	4	2	0	0			
Total Jawaban	46	15	14	0	0	75		
Jumlah Jawaban	230	60	42	0	0	332		
Persentase	69,27%	18,07%	12,66%	0%	0%	100%		

Sumber : Data diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 6, bahwa responden yang memilih jawaban 1 untuk sangat setuju sebanyak 8 responden, setuju sebanyak 2 responden, kurang setuju sebanyak 2 responden. Jawaban 2 untuk sangat setuju sebanyak 10 responden, setuju sebanyak 2 responden, kurang setuju sebanyak 3 responden. Jawaban 3 untuk sangat setuju sebanyak 8 responden, setuju sebanyak 4 responden, kurang setuju sebanyak 3 responden. Jawaban 4 untuk sangat setuju sebanyak 11 responden, setuju sebanyak 3 responden, kurang setuju sebanyak 4 responden. Jawaban 5 untuk sangat setuju sebanyak 9 responden, setuju sebanyak 4 responden, kurang setuju sebanyak 2 responden.

Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal di Kuala Tungkal

Data responden yang memilih jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 46 orang responden dengan jumlah poin sebesar 230 atau 69,27 persen, dan responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 15 orang responden dengan jumlah poin sebesar 60 atau 18,07 persen, serta responden yang memilih kurang setuju (KS) sebanyak 14 orang responden dengan jumlah poin sebesar 42 atau 12,66 persen. Hasil rekapitulasi responden diperoleh total poin sebesar 332 dibagi jumlah responden sebanyak 75 orang, sehingga diperoleh skor sebesar 4,42.

Berdasarkan ketentuan pada rentang nilai sehingga dapat diketahui letak rata-rata penilaian responden terhadap masing-masing pertanyaan dalam penelitian ini. Rentang nilai tersebut adalah :

1,00 – 1,80	= Termasuk kategori negatif (Sangat Tidak Baik)
1,81 – 2,60	= Termasuk kategori negatif (Tidak Baik)
2,61 – 3,40	= Termasuk kategori Biasa (Sedang)
3,41 – 4,20	= Termasuk kategori positif (Baik)
4,21 – 5,00	= Termasuk kategori positif (Sangat Baik)

Hasil rekapitulasi dapat diketahui pada indikator motif sosial dengan skor (4,42) termasuk tingkat kategori sangat baik, karena berada dalam rentang antara 4,21 – 5,00. Hal ini memberikan gambaran bahwa pengaruh motif sosial sangat baik terhadap minat masyarakat membeli produk makanan berlabel halal.

3. Faktor Emosional

Faktor emosional menentukan pilihan membeli produk makanan berlabel halal, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7
Rekapitulasi responden konsumen tentang faktor emosional

Nilai Jawaban	SS	S	KS	TS	STS	Total	X	Keterangan
Jawaban 1	11	3	2	0	0		4,49	Sangat Baik
Jawaban 2	10	2	3	0	0			
Jawaban 3	10	3	3	0	0			

Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk
Makanan Berlabel Halal di Kuala Tungkal

Jawaban 4	11	3	2					
Jawaban 5	7	3	2	0	0			
Total Jawaban	49	14	12	0	0	75		
Jumlah Jawaban	245	56	36	0	0	337		
Persentase	72,70%	16,62%	10,68%	0%	0%	100%		

Sumber : Data diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 7, bahwa responden yang memilih jawaban 1 untuk sangat setuju sebanyak 11 responden, setuju sebanyak 3 responden, kurang setuju sebanyak 2 responden. Jawaban 2 untuk sangat setuju sebanyak 10 responden, setuju sebanyak 2 responden, kurang setuju sebanyak 3 responden. Jawaban 3 untuk sangat setuju sebanyak 10 responden, setuju sebanyak 3 responden, kurang setuju sebanyak 3 responden. Jawaban 4 untuk sangat setuju sebanyak 11 responden, setuju sebanyak 3 responden, kurang setuju sebanyak 2 responden. Jawaban 5 untuk sangat setuju sebanyak 7 responden, setuju sebanyak 3 responden, kurang setuju sebanyak 2 responden.

Data responden yang memilih jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 49 orang responden dengan jumlah poin sebesar 245 atau 72,70 persen, dan responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 14 orang responden dengan jumlah poin sebesar 56 atau 16,62 persen, serta responden yang memilih kurang setuju (KS) sebanyak 14 orang responden dengan jumlah poin sebesar 36 atau 10,68 persen. Hasil rekapitulasi responden diperoleh total poin sebesar 337 dibagi jumlah responden sebanyak 75 orang, sehingga diperoleh skor sebesar 4,49.

Berdasarkan ketentuan pada rentang nilai sehingga dapat diketahui letak rata-rata penilaian responden terhadap masing-masing pertanyaan dalam penelitian ini. Rentang nilai tersebut adalah :

- 1,00 – 1,80 = Termasuk kategori negatif (Sangat Tidak Baik)
- 1,81 – 2,60 = Termasuk kategori negatif (Tidak Baik)
- 2,61 – 3,40 = Termasuk kategori Biasa (Sedang)
- 3,41 – 4,20 = Termasuk kategori positif (Baik)

Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal di Kuala Tungkal

4,21 – 5,00 = Termasuk kategori positif (Sangat Baik)

Hasil rekapitulasi dapat diketahui pada indikator faktor emosional dengan skor (4,49) termasuk tingkat kategori sangat baik, karena berada dalam rentang antara 4,21 – 5,00. Hal ini memberikan gambaran bahwa pengaruh faktor emosional sangat baik terhadap minat membeli produk makanan berlabel halal.

4. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal adalah sebagai indikator independen yang berhubungan dengan minat membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat di Kecamatan Tungkal Ilir merupakan yang merupakan fungsi terpenting bagi konsumen menentukan pilihan membeli produk makanan berlabel halal. Karena indikator-indikator itu semakin baik maka indikator sertifikasi halal yang dibuat atau tercantum pada produk dapat untuk menentukan pilihan membeli produk makanan berlabel halal berpeluang semakin besar. Pada penelitian ini diperoleh data seperti pada tabel berikut :

Tabel 8
Rekapitulasi responden konsumen tentang sertifikasi halal

Nilai	SS	S	KS	TS	STS	Total	X	Keterangan
Jawaban	5	4	3	2	1		4,52	Sangat Baik
Jawaban 1	9	3	2	0	0			
Jawaban 2	11	3	2	0	0			
Jawaban 3	10	4	2	0	0			
Jawaban 4	10	3	2					
Jawaban 5	9	3	2	0	0			
Total Jawaban	49	16	10	0	0	75		
Jumlah Jawaban	245	64	30	0	0	339		
Persentase	72,27%	18,87%	8,86%	0%	0%	100%		

Sumber : Data diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 8 bahwa responden yang memilih jawaban 1 untuk sangat setuju sebanyak 9 responden, setuju sebanyak 3 responden, kurang setuju sebanyak 2 responden. Jawaban 2 untuk sangat setuju sebanyak 11 responden, setuju sebanyak 3 responden, kurang setuju sebanyak 2 responden.

Jawaban 3 untuk sangat setuju sebanyak 10 responden, setuju sebanyak 4 responden, kurang setuju sebanyak 2 responden. Jawaban 4 untuk sangat setuju sebanyak 10 responden, setuju sebanyak 3 responden, kurang setuju sebanyak 2 responden. Jawaban 5 untuk sangat setuju sebanyak 9 responden, setuju sebanyak 3 responden, kurang setuju sebanyak 2 responden.

Data responden yang memilih jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 49 orang responden dengan jumlah poin sebesar 245 atau 72,27 persen, dan responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 16 orang responden dengan jumlah poin sebesar 64 atau 18,87 persen, serta responden yang memilih kurang setuju (KS) sebanyak 8 orang responden dengan jumlah poin sebesar 30 atau 8,86 persen. Hasil rekapitulasi responden diperoleh total poin sebesar 339 dibagi jumlah responden sebanyak 75 orang, sehingga diperoleh skor sebesar 4,52.

Berdasarkan ketentuan pada rentang nilai sehingga dapat diketahui letak rata-rata penilaian responden terhadap masing-masing pertanyaan dalam penelitian ini. Rentang nilai tersebut adalah :

1,00 – 1,80	= Termasuk kategori negatif (Sangat Tidak Baik)
1,81 – 2,60	= Termasuk kategori negatif (Tidak Baik)
2,61 – 3,40	= Termasuk kategori Biasa (Sedang)
3,41 – 4,20	= Termasuk kategori positif (Baik)
4,21 – 5,00	= Termasuk kategori positif (Sangat Baik)

Hasil rekapitulasi dapat diketahui pada indikator sertifikasi halal dengan skor (4,52) termasuk tingkat kategori sangat baik, karena berada dalam rentang antara 4,21 – 5,00. Hal ini memberikan gambaran bahwa pengaruh sertifikasi halal sangat baik terhadap minat masyarakat membeli produk makanan berlabel halal.

Maka secara keseluruhan rata-rata masing-masing indikator termasuk dalam kategori sangat baik, karena berada dalam rentang antara 4,21 – 5,00, sesuai dengan rincian sebagai berikut:

- indikator dorongan dari diri sendiri dengan skor (4,57),
- indikator motif sosial dengan skor (4,42),
- indikator faktor emosional dengan skor (4,49), dan
- indikator sertifikasi halal dengan skor (4,52).

Berdasarkan hasil penelitian bahwa indikator **dorongan dari diri sendiri** lebih dominan terhadap minat masyarakat membeli produk makanan berlabel halal di Kuala Tungkal.

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji-t diketahui nilai t hitung 6,713 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti ada pengaruh antara sertifikasi halal (X) terhadap minat masyarakat membeli produk makanan berlabel halal (Y).
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator **dorongan dari diri sendiri** lebih dominan terhadap minat masyarakat membeli produk makanan berlabel halal di Kuala Tungkal.

Saran

1. Mini market agar menjual produk makanan yang telah tersertifikasi halal oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) sehingga dapat meningkatkan daya saing penjualan dan meningkatkan omset penjualan.
2. Agar masyarakat meneliti terlebih dahulu kehalalan sebelum membeli produk makanan itu supaya tidak terkena hukum haram.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama RI. (2014) *Al-Qur'an dan Terjemah*, Jakarta: CV. Sahabat.
- Burhanuddin. (2011) *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*. Malang: UIN Maliki Press.
- Iqbal Hasan. (2013). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Edisi 2, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Imam Nawawi. *Syarah Hadits Arba'in*. A.Rahman Ansari; Terjemah. (Jakarta: Khazanah Ilmu.2009)
- Ibnu Katsir, *Imaduddin Abu Al-Fida Ismail, Tafsir Al-Quran Al- Azhim*, Jilid I
- Kadar M. Yusuf. (2013) *Tafsir Ayat Ahkam: Tafsir Tematik Ayat-Ayat Hukum*. Ed.2, Cet.1 Jakarta:Amzah.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Peraturan Bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama No. 427 /MENKES /SKB/ VIII/1985 Tentang Keberadaan Barang yang mengandung unsur-unsur keharaman.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Pencantuman Label pada produk dan Iklan.
- Teti Indrawati Purnamasari, “Sertifikasi dan labelisasi produk pangan halal dalam rangka perlindungan konsumen muslim di Indonesia”, *Jurnal-Istinbath*, No.1, Vol. 3 Desember 2005.
- Husein Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Edisi 2 Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- V. Wiratna Sujarweni. (2014) *SPSS Untuk Penelitian*. Cet.1, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Yussof. (2011) *Jaminan Produk Halal: Sebuah Potensi Pengembangan Produk Halal dan Ekonomi Islam di Indonesia*. Cet. 13, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sumber Jurnal :
- Aldy Pratama Simatupang. (2018). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pizza Hut Kota Medan)*. Jurnal: Universitas Sumatera Utara.
- Danang Waskito. (2015). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta)*. Jurnal: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Lada S, Tanakinjal H & Amin. (2009). *Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. International journal islamic and middle eastern finance and management*. Cet. 2. Jurnal: Diunduh 24 Agustus 2018.

Rangkuti Ramadhan. (2010). *Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan (snack merek chitato) studi pada mahasiswa Universitas Sumatera Utara*. Medan: USU.

Salma Luthfiya Farros. (2016). Respon Masyarakat Terhadap Produk UKM Berlabel Halal (Studi: Kelompok Pengajian Majelis Jalsatul Mustofa Kecamatan Tungkal Ilir). Jurnal: Universitas Jambi.