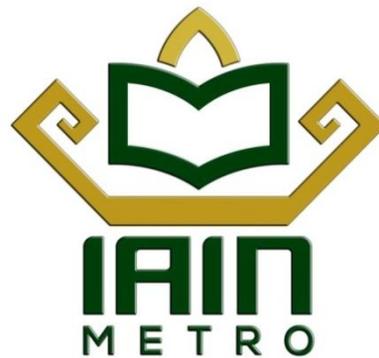


**PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP MINAT
MEMBELI PRODUK UMKM DI KOTA METRO**

TESIS

Oleh:

**ABDUL KADIR
NPM. 18004812**



PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1443H / 2022 M**

**PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP MINAT
MEMBELI PRODUK UMKM DI KOTA METRO**

TESIS

Diajukan Memenuhi Persyaratan Mencapai Gelar Magister
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Program studi: Ekonomi Syariah



Oleh:

ABDUL KADIR

NIM. 18004812

Pembimbing I : Dr. Mukhtar Hadi, S.Ag, M. Si

Pembimbing II : Putri Suwastika, Ph.D

**PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN) METRO
1443 H/2022**

ABSTRAK

Abdul Kadir. 2022. Pengaruh Label halal terhadap minat membeli Produk UMKM di Kota Metro. Tesis Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung.

Dalam sebuah penelitian tentu selalu mempunyai tujuan yang akan di capai diantaranya: 1. Mengetahui apakah terdapat pengaruh label halal pada minat membeli konsumen terhadap produk UMKM keripik pisang tunas di Kota Metro. 2. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan pengaruh label halal terhadap minat membeli masyarakat pada produk UMKM yang berlabel halal MUI

Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif. Oleh sebab itu sistem pengukuran terhadap variabel-variabel yang ada dengan mempresentasikan dalam bentuk nilai-nilai atau angka-angka. Angka tersebut kemudian dianalisis antara variabel satu dengan yang lainnya. Adapun data yang diambil dari responden yang sifatnya kuantitatif, akan di nyatakan dalam bentuk angka, sehingga bisa diolah secara statistik antara hubungan variabel X dan variabel Y.

Pada penelitian ini hasil ahir yang didapat bahwa, label halal berpengaruh positif pada minat membeli masyarakat terhadap produk Keripik pisang Tunas Kota Metro. Hal ini dapat di lihat pada tabel 23 dan 24.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif terhadap minat membeli konsumen pada produk UMKM keripik pisang tunas Kota Metro. Hal ini dapat di lihat pada tabel : dipahami bahwa nilai

Hal ini dikompirmasikan pada tabel :23 dan 24 ditunjukan bahwa nilai koefisien regresi linier sederhana pada uji F didapat $f\text{-hitung } 20,112 > f\text{-tabel } 3,94$. dan $t\text{-hitung } 4,485 > t\text{-tabel } 1,968$ nilai koefisien regresi ini signifikan pada tingkat signifikan 0,05 dengan $p\text{ value}$ sebesar 0,000. Hasil ini menjelaskan bahwa nilai koefisien regresi variabel label halal berpengaruh positif terhadap minat membeli masyarakat pada produk UMKM yang berlabel halal MUI. Yang signifikan baik dari semua kalangan masyarakat dalam melakukan transaksi pembelian produk UMKM berlabel halal.

ABSTRACT

Abdul Kadir. The Effect of Halal Label on Interest buy UMKM Products in Metro City. This Pascasarjanaan IAIN Metro Lampung

In a research, of course there is always a goal to be achieved, including: 1. Knowing whether there is an effect of Halal label on consumer buying interest in UMKM products, banana bud in Metro City. 2. To find out whether there is a difference in the effect of the halal label on the public's interest in buying UMKM products with the MUI halal label

This research uses a quantitative research field. For this reason, this study measures the existing variables by describing them in the form of values or numbers. This figure is then analyzed for the relationship between one variable and another. Data from respondents that are qualitative in nature will be expressed in the form of numbers so that they can be processed statistically between the relationship between the independent variable and the dependent variable.

From the results of this study, it shows that halal labeling has a positive effect on consumer buying interest in UMKM products with banana buds in Metro City. This can be seen in the table: it is understood that the value of

This is confirmed in tables: 23 and 24, indicating that the value of the simple linear regression coefficient on the F test is obtained by $f\text{-count} 20.112 > f\text{-table} 3.94$. and $t\text{-count} 4.485 > t\text{-table} 1.968$ this regression coefficient value is significant at a significant level of 0.05 with a p value of 0.000. These results explain that the regression coefficient value of the halal label variable has a positive effect on people's buying interest in UMKM products labeled MUI halal. Significantly both from all walks of life in making transactions to purchase UMKM products labeled as halal.

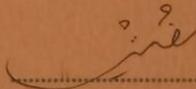


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jln. Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47206; Website: www.pps.metroiniv.ac.id; e-mail: ppsiainmetro@metroiniv.ac.id

PERSETUJUAN AKHIR TESIS

Nama : ABDUL KADIR
NIM : 18004812
Program Studi : Ekonomi Syariah

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Mukhtar Hadi, M.Si Pembimbing I		25 Mei 2022
Putri Swastika, Ph.D Pembimbing II		25 Mei 2022



Mengetahui
Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah


Putri Swastika, Ph.D
NIP: 1986 103020 1801 2001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jln. Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Hingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47206; Website: www.pps.metroiniv.ac.id; e-mail: pps@metroiniv.ac.id

PENGESAHAN

Tesis dengan judul : PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP MINAT MEMBELI PRODUK UMKM DIKOTA METRO. disusun oleh: Abdul Kadir, NIM 18004812, Program Studi : Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang ujian Tesis/Munaqosyah pada Program Pascasarjana IAIN Metro, pada hari/ tanggal: Rabu/ 25 Mei 2022.

TIM PENGUJI

Dr. Mukhtar Hadi, M.Si
Ketua/Moderator

:

(.....)

Prof. Dr. Suhairi, MH
Penguji I

:

(.....)

Putri Swastika, Ph. D
Penguji II

:

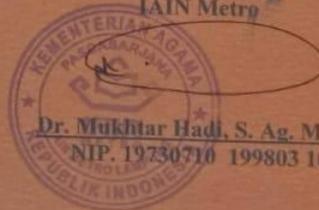
(.....)

Diana Ambarwati, ME. Sy
Sekretaris

:

(.....)

Direktur Pascasarjana
IAIN Metro



Dr. Mukhtar Hadi, S. Ag. M. Si.
NIP. 19730710 199803 1003

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Abdul Kadir

NIM : 18004812

Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa **Tesis** ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Metro, 24 Mei 2022

Yang menyatakan:



Abdul Kadir

PEDOMAN TRANSLITERASI

1) Huruf Arab dan Latin

Huruf arab	Huruf latin	Huruf arab	Huruf latin
ا	Tidak dilambangkan	ط	t
ب	B	ظ	Z
ت	T	ع	'
ث	S	غ	G
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Z	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	'
ص	S	ي	Y
ض	D		

2) Maddah atau Vokal Panjang.

Harokat dan huruf	Huruf dan tanda
-ا-ئ	A
-ي-	I
-و-	U
-اي	Ai
-او-	Au

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas taufik dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Proposal Tesis ini tepat pada waktunya.

Penulisan Tesis ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Program Strata dua (S2) atau Magester pada Program Pascasarjana IAIN Metro Guna memperoleh Gelar ME.

Dalam upaya penyelesaian Tesis ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karnanya penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, Selaku Rektor IAIN Metro.
2. Dr. Mukhtar Hadi, S.Ag. M.Si. Selaku Direktur Pascasarjana IAIN Metro. Juga merupakan Pembimbing I Yang banyak memberikan kontribusi bagi perbaikan penulisan tesis selama bimbingan berlangsung.
3. Putri Suwastika, Ph.D. selaku Kaprodi Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Metro. Juga merupakan Pembimbing II.yang telah banyak memberikan koreksi yang berharga dalam penulisan tesis ini sesuai dengan kapasitasnya selaku pembimbing II.
4. Bapak dan Ibu Dosen /Karyawan Pascasarjana IAIN Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitas dalam rangka pengumpulan data.
5. Istriku Atri Purwaningsih, A.Md. Kep. Dan Ananda penulis yang telah banyak memberikan motivasi.

6. Ayahanda dan Ibunda penulis yang senantiasa mendo'akan dan memberikan dukungan positif dalam menyelesaikan pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan Tesis ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada. Dan akhirnya semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan agama islam.

Metro, 25 Mei 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Abdul Kadir', with a large, stylized flourish at the beginning.

Abdul Kadir

NPM :18004812

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINILITAS PENELITIAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang masalah	1
B. Identifikasi masalah	10
C. Pembatasan masalah	11
D. Rumusan masalah	11
E. Tujuan penelitian	11
F. Manfaat penelitian	12
G. Penelitian terdahulu	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Label halal	16
1 Pengertian label halal	16
2 Pengertian halal	18
3 Logo halal	20
4 Sertifikasi halal	25
5 Alur proses sertifikasi halal	27

6 Biaya sertifikasi halal	32
7 Regulasi sertifikat halal	36
B. Konsumsi dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli	42
1. Pengertian Konsumsi	42
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen..	51
C. Manfaat dan dasar hukum prodak halal	57
1 Manfaat mengkonsumsi produk halal	57
2 Dasar hukum produk halal	59
D. Usaha Mikro Kecil dan Menengah	61
1. Pengertian UMKM	61
2. Kriteria UMKM	65
E. Kerangka berpikir	70
F. Hipotesis penelitian	74

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rencana Penelitian	75
1. Jenis Penelitian	75
2. Wilayah Penelitian	77
B. Populasi, Sampel dan Tehnik Sampling	77
1. Populasi	77
2. Sampel	79
3. Tehnik sampling	80
C. Variabel dan Depenisi Oprasional	81
1. Variabel Penelitian	81
2. Depenisi Oprasional Variabel	82
D. Metode Pengumpulan Data	84
1. Kuesioner atau Angket	84
2. Dokumentasi	85
E. Instrumen Penelitian	85
F. Validitas dan Reliabilitas.....	86
1. Validitas	86

2. Reliabilitas	87
G. Teknik pengelolaan dan Analisis Data	87
1. Teknik pengelolaan data penelitian	87
2. Analisis data penelitian	88
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Temuan Umum.....	96
1. Sejarah singkat UMKM Keripik Pisang Tunas	96
2. Visi dan Misi	96
B. Temuan Khusus.....	97
1. Identitas Responden.....	99
2. Deskripsi variabel.....	103
C. Pengelolaan Data dan Hasil Penelitian	114
1. Uji Validitas	114
2. Uji Reliabilitas.....	116
3. Uji Asumsi Klasik	118
4. Uji Regresi Linier Sederhana	122
D. Pembahasan hasil penelitian	125
 BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	
A. Kesimpulan	128
B. Implikasi	129
C. Saran	130
 DAFTAR PUSTAKA	132
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	136

DAFTAR TABEL

Perbedaan dan persamaan teori konsumsi Islam dan Konvensional	49
Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.....	52
Alur Penelitian.....	73
Kerangka Penelitian	74
Defenisi Oprasional Penelitian	82
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	99
Karakter responden berdasarkan Usia	100
Karakter responden berdasarkan kepercayaan	101
Karakter responden berdasarkan jumlah kunjungannya.....	102
Karakter responden berdasarkan pekerjaan.....	103
Deskripsi Variabel tentang pengetahuan label halal	104
Deskripsi Variabel responden kepercayaan label halal	105
Deskripsi variabel responden penilaian label halal	106
Deskripsi variabel jaminan terhadap minat membeli	107
Deskripsi variabel terhadap merek	108
Deskripsi variabel minat membeli terhadap pelayanan	109
Hasil rekapitulasi responden terhadap pengaruh label halal	110
Hasil rekapitulasi responden terhadap minat membeli	112
Hasil uji validitas variabel X dan variabel Y	115
Hasil uji reliabilitas Label halal X.....	117
Hasul uji reliabilitas minat membeli.....	117
Hasil uji Normalitas kolmogorov-smirnov	119
Hasil uji f (Uji simulutan)	122
Hasil uji t (Uji Persial)	123
Hasil koeffisien determinasi (R^2)	124

DAFTAR GAMBAR

Logo halal MUI versi terbaru.....	21
Logo halal MUI versi lama	23
Era baru proses sertifikasi halal	29
Alur proses permohonan sertifikasi halal.....	30
Bagan tarif biaya sertifikat halal untuk barang dan jasa	34
Alur penyebaran kuesioner penelitian pada responden	98
Hasil uji Normalitas pendekatan grafik plot	120
Hasil Histogram uji normalitas.....	120
Hasil uji hesteroskedastisitas.....	121

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	136
Lampiran 2 Data Jawaban pernyataan Kuesioner Responden Label Halal	139
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Data Kuesioner.....	145
Lampiran 4 Gambar Akticitas IMKM Keripik Pisang Tuna	149
Lampiran 5 Surat dan Nota Dinas	153

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Pertumbuhan populasi umat muslim di seluruh dunia terus bertambah, diperkirakan tingkat pertumbuhan mencapai 30% ditahun 2025. Selaras dengan itu kondisi ini senada dengan apa yang dibicarakan oleh ketua MPR RI Bambang Suesatyo pada pidatonya beliau memaparkan pada tahun 2020 pemeluk Agama Islam di Indonesia sudah mencapai 229,6 juta jiwa atau 87,2% dari total penduduk Indonesia dan 13% dari populasi muslim dunia¹.

Sebagai negara yang mayoritas, menjadikan Indonesia tumpuhan terhadap prodak halal didunia. Indonesia dengan beranekaragam kepercayaan juga muslim terbanyak, tentu menjadi pangsa pasar yang sangat menjanjikan bagi produk-produk yang bersertifikat halal MUI. Pangsa pasar yang luas akan menambah daya tarik tersendiri terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Tumbuhnya ekonomi nasional tentu akan membuka lapangan kerja yang banyak, sehingga berpengaruh terhadap turunnya angka kemiskinan di Indonesia.

Kondisi ini pemerintah sangat mendorong pada masyarakat hususnya UMKM agar mendaftarkan setiap produk-produk yang akan dipasarkan di Indonesia harus bersertifikasi halal MUI. Sikap dan keseriusan pemerintah

¹<https://news.detik.com/berita/d-5368116/ketua-mpr-sebut-2050-islam-jadi-agama-terbesar-indonesia-punya-pengaruh>. kutipan selasa 9 februari 2021 di uplod 28 September 2021.

dalam menangani produk halal di Indonesia tidak dapat dipandang sebelah mata, pada tahun 2021 pemerintah memperbarui peraturan terkait label halal melalui undang-undang cipta kerja Republik Indonesia Nomor 39 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal (BPJPH). Pada tahun 2014 pemerintah sudah mengeluarkan perundang-undangan yang disepakati oleh Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR-RI) Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halala (JPH), ini merupakan buktinya bahwa keseriusan pemerintah dalam menangani kehalalan produk di Indonesia. Sebagai warga yang baik, dan taat kepada Agama, sudah seharusnya patuh dan tunduk dengan aturan-aturan yang sudah ditetapkan bersama. Dalam islam selalu mengajarkan sikap patuh dan tunduk kepada pemimpin adalah sebagian dari keimanan seseorang.

Seorang muslim dalam menjalankan aktivitas sehari-hari tidak terlepas dari hubungan manusia dengan penciptanya (*hablumminallah*). Dengan demikian, dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat dunia akhirat.² Hubungan manusia dengan penciptanya merupakan hubungan vertikal bukan horisontal, artinya sikap dan sifat yang dimiliki seorang hamba harus lebih baik dan menghambakan diri dengan mengharap keridhoannya supaya mendapatkan keberkahan hidup. Dengan nilai-nilai keberkahan itu akan timbul kemaslahatan baik bagi diri sendiri maupun orang lain.

² Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada. 2006). h 12

Hubungan manusia dengan manusia, (*Habblimminannas*). Demikian juga sikap dan sipat terhadap sesama manusia tentu harus terjaga keharmonisannya. apabila sikap dan cara kita dalam bermuamalah kurang baik tentu akan mencederai diri orang lain, endingnya akan timbul permasalahan yang tidak baik. Sedangkan islam sudah sangat jelas mengajarkan kepadaummatnya agar senantiasa menjaga akhlaq dan sopan santun terhadap sesama. Manusia muslim seutuhnya merupakan manusia yang diibaratkan satu tubuh, apabila satu anggota tubuh yang sakit maka yang lainnya ikut merasakan sakit pula, dan manakala salah satu anggota tubuh merasa bahagia maka yang lainpun ikut bahagia. Muslim yang baik adalah muslim yang mempunyai sikap (ahlaq) yang baik pula.

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak terlepas dari hubungan satu sama lainnya(*Mu'amalah*), terutama dalam hal bertransaksi, barang yang ditransaksikan harus baik dan benar, tidak merugikan orang lain, Sesuai dengan tuntunan dan tatanan sebagai umat beragama dan bernegara. *Bermu'amala* yang baik menjadi kunci dasar bagi kesuksesan manusia itu sendiri. Kebutuhan psikologi menjadi fokus utama dalam setiap keinginan untuk memenuhi kebutuhan tersebut, salah satunya keinginan untuk memiliki suatu benda, sudah menjadi kebutuhan manusia. Ada dua kebutuhan manusia yang menjadi tuntutan penting dalam kehidupan ialah kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder.

Kebutuhan primer merupakan kebutuhan jangka pendek yang harus dilaksanakan saat itu juga seperti sandang, pangan, papan. sedangkan

kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan jangka panjang atau sebagai tambahan atau pelengkap supaya dapat menjalankan kehidupan yang lebih baik. kebutuhan primer tidak dapat di hindari atau dimundurkan karna menyangkut kelangsungan siklus kehidupan, seperti mengkonsumsi makanan dan lain sebagainya. Mengkonsumsi makanan yang baik dan benar sangat di anjurkan bahkan Allah SWT melarang keras hambanya untuk mengkonsumsi makanan yang tidak baik. firman Allah SWT QS. Al-Baqarah/2:172 sebagai berikut.

(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١٧٢﴾ [البقرة:172]

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.”³

Minat membeli yang dilakukan oleh konsumen akan mencakup pertimbangan berbagai aspek. Pada umumnya konsentrasi pemasaran lebih diarahkan pada keputusan tentang pemilihan terhadap suatu merek produk tertentu. Hal ini disebabkan strategi pemasaran seringkali dikembangkan bagi pencapaian target untuk merek produk tertentu. Walaupun demikian, ini bukan berarti bahwa minat membeli akan ditentukan oleh keputusan niat pembelian semata, tetapi minat membeli sangat erat dengan bagai mana cara pengemasan dan tampilan produk yang di pasarkan, salah satu daya tarik yang utama pada masyarakat muslim tentu adanya label halal pada kemasan.

³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Madinah: Mujamma' Khadim al Haramain asy-Syarifain al Malik Fahd li thiba'at al Mush-haf asy-Syarif, 2013), h.50

Label halal MUI pada kemasan menjadi tolak ukur bahwa produk tersebut diyakini produk halal secara syar'i, tidak mengandung bahan-bahan yang akan membahayakan kesehatan tubuh manusia. Kondisi ini mendorong banyak negara-negara maju mulai mengembangkan paradigma baru yang memberikan perhatian terhadap *halal product*, *halal treat*, dan sistem *syariah*. Hal ini menjadikan produk bersertifikat halal memiliki peluang pasar yang besar, sehingga potensi pasar pangan halal global dapat tumbuh hingga 500 miliar USD di tahun 2010. Seiring dengan tingginya angka pertumbuhan dan di barangi kemajuan teknologi menjadikan jumlah pemeluk agama Islam juga terus bertambah, media informasi merupakan salah satu alat yang paling ampuh dalam penyebaran syiar-syiar Agama, sehingga minat masyarakat untuk memeluk Agama Islam sangat terbuka.

Sekarang ini syiar islam sangat kental dengan aturan yang mengarahkan umatnya untuk memakan makanan yang halal, dan meniadakan yang subhat apalagi yang haram. Makanan yang haram berarti dalam proses produksinya ada zat yang berbahaya bagi tubuh manusia, akibatnya mengganggu kesehatan masyarakat. Pemahaman dan kepedulian seseorang tentang makanan yang boleh di konsumsi menurut hukum islam pasti berbeda, perbedaan ini didasari atas lemahnya pemahaman masyarakat terhadap hukum syariat islam terhadap sesuatu benda.

Kehalalan produk pangan sangat penting dalam kehidupan manusia, karnanya banyak diberitakan adanya produk yang beredar mengandung bahan-bahan yang mengandung bahan yang berbahaya bagi tubuh. Masih

banyak ditemukan produk yang beredar dipasaran yang belum mencantumkan label halal, hal ini sangat mempengaruhi bagi kelangsungan pertumbuhan ekonomi nasional dan akan membawa kerusakan bagi kesehatan masyarakat, jika didalam produk mengandung bahan yang berbahaya bagi tubuh.

Sertifikasi halal dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan pengujian secara sistematis untuk mengetahui apakah barang yang diproduksi oleh perusahaan sudah memenuhi ketentuan syari'at Agama Islam juga aturan Undang-undang yang berlaku di Indonesia. Kemudian hasil dari kegiatan sertifikasi halal adalah diterbitkannya sertifikat halal, manakala produk yang dimaksudkan telah memenuhi ketentuan sebagai produk halal.

Seterusnya label halal yang secara prinsip adalah label yang menginformasikan kepada pengguna produk atau konsumen, bahwa produk yang benar-benar halal dan nutrisi yang dikandungnya tidak mengandung unsur yang diharamkan secara *syari'ah* sehingga produk tersebut boleh dikonsumsi. Dengan demikian produk yang tidak mencantumkan label halal pada kemasannya dianggap belum mendapat persetujuan lembaga yang berwenang untuk diklasifikasikan dalam daftar produk halal atau dianggap masih diragukan kehalalannya. Ketiadaan label halal itu akan memberi dampak terhadap minat membeli konsumen, terutama konsumen muslim. Artinya masyarakat muslim harus lebih berhati-hati memutuskan dalam

membeli produk yang belum mencantumkan label halal pada kemasan produk.⁴

Produk yang mendapat pertimbangan utama dalam proses pemilihan berdasarkan ketentuan syariat islam, yang sudah memiliki label halal sesuai dengan ketetapan pemerintah melalui lembaga pengkajian yang sah oleh pemerintah. Dengan begitu akan ada produk yang dipilih untuk dikonsumsi dan produk yang disisihkan akibat adanya proses pemilihan tersebut. Proses pemilihannya sendiri akan menjadikan Logo halal MUI sebagai barometer utama dalam memutuskan membeli produk. Ketentuan ini membuat keterbatasan pada produk makanan untuk memasuki pangsa pasar umat Muslim di belahan Dunia.

Di Indonesia lembaga yang berwenang melaksanakan Sertifikasi Halal adalah Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang dibentuk pemerintah dan berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada menteri agama Republik Indonesia. BPJPH juga diamanahkan sebagai pihak yang melaksanakan Jaminan Produk Halal (JPH) di Indonesia sebagaimana yang tertuang dalam Undang-undang Republik Indonesia Pasal 1 Nomor 18 tahun 2021. Jaminan Produk Halal (JPH) sebagai berikut :

“Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal yang disingkat BPJPH adalah badan yang di bentuk oleh pemerintah untuk menyelenggarakan JPH”⁵

⁴ Eri Agustian H dan Sujana, Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall's Conello. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1. no. 2 (2013): h.2.

⁵ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal pasal 1 nomor 18.

Sikap pemerintah terhadap label halal sangat jelas, meskipun negara Indonesia merupakan negara yang mayoritas, namun bukan berarti tidak adanya kecurangan oknum yang berbuat menghalalkan segala macam cara demi untuk mendapatkan kesenangan duniawi semata, pemerintah dan masyarakat pada umumnya untuk selalu mengawasi perbuatan yang melanggar syariat maupun peraturan hukum di negara Republik Indonesia. Salah satunya dengan menerbitkan UU peraturan pemerintah Nomor 39 tahun 2021 dan dibentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dengan bertanggung jawab kepada Menteri Agama Republik Indonesia.

Undang-undang label halal mengacu pada undang-undang nomor 33 tahun 2014 yang telah disetujui oleh Rapat Paripurna DPR-RI pada 25 September 2014 dan rancangan Undang-Undang Jaminan Produk Halal (JPH) telah disahkan oleh Presiden RI ke-6 Susilo Bambang Yudhoyono, pada 17 Oktober 2014. Selanjutnya pada hari yang sama, Menteri Hukum dan Hak sasi Manusia (HAM) Kabinet Indonesia Bersatu Jilid II Amir Syamsuddin telah mengundang UU tersebut sebagai UU Nomor 33 tahun 2014.⁶ Pada tahun 2021 pemerintah memperbarui UU tersebut dalam undang-undang ciptakerja, dengan mengeluarkan peraturan pemerintah Nomor 49 tahun 2021.

Dengan jumlah penduduk muslim sekitar 229,6 juta jiwa pemeluk Agama Islam merupakan pasar konsumen yang sangat menjanjikan. Demikian besarnya jumlah penduduk, mengakibatkan banyak produk baik dalam

⁶ UU Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

maupun dari luar negeri membanjiri pasar muslim di tanah air, dari segala bentuk produk dan jasa. Di sisi lain, populasi muslim yang mencapai 87,2% dari jumlah total Warga Negara Indonesia, merupakan suatu dilema dimana, sesuatu hal memberikan banyak pilihan bagi masyarakat.⁷ Tetapi dilain sisi, membuat masyarakat kurang menyadari permasalahan kehalalan produk, terutama produk makanan dan minuman.

Dalam ruang lingkup yang lebih kecil, Kota Metro merupakan salah satu Kota terbesar kedua di Lampung yang terletak di Provinsi Lampung, memiliki lima Kecamatan diantaranya: Kecamatan Metro Pusat, Metro Barat, Metro Timur, Metro Selatan dan Metro Utara. Dengan beranekaragam kepercayaan yang dianut oleh masyarakat Kota Metro, diantaranya : Islam, Protestan, Hindu dan Budha. Hal tersebut, membuat peneliti untuk meng kaji lebih dalam terkait minat membeli masyarakat pada produk yang berlabel halal. Salah satu produk olahan UMKM adalah keripik. Keripik yang beraneka ragam macam seperti keripik pisang, singkong, tempe, dan lain sebagainya saat ini lagi *trend* dikalangan masyarakat umum. Demikian majemuknya salah satu produk tersebut, menjadikannya tumbuh dan berkembang begitu pesat di masyarakat.

Banyaknya produk yang beredar dikota Metro ternyata tidaklah berbanding lurus dengan usaha pemerintah. Tidak sedikit produk makanan yang belum memiliki sertifikat halal dikota Metro. Permasalahan tentang pengadaan sertifikat halal pada produk merupakan tantangan tersendiri bagi

⁷-----[ketua-mpr-sebut-2050-islam-jadi agama-terbesar-indonesia-punya-pengaruh](#). kutipan selasa 9 februari 2021 di uplod 28 September 2021.

masyarakat Kota Metro terutama para produsen *home industri*. Hal tersebut, perhatian penuh terhadap konsumsi pada produk makanan, tidak sedikit masyarakat dalam membeli produk yang hanya mendapatkan manfaat dari informasi iklan atau membeli produk hanya mengikuti *trend* dan lain sebagainya tanpa mempertimbangkan kehalalan produk yang di belinya.

Berdasarkan hal diatas, label halal suatu faktor keputusan konsumen untuk membeli produk yang diinginkan. Adapun faktor lain yang mempengaruhi minat konsumen seperti harga, pelayanan dan lain sebagainya juga merupakan hal yang sangat mempengaruhi bagi minat beli masyarakat.

Kota Metro yang didominasi penduduknya muslim, tentu sangat dirugikan jika produk yang beredar masih banyak yang tidak mencantumkan label halal pada kemasan. Padahal label halal merupakan peran penting untuk mengetahui kualitas produk secara cepat, peran pemerintah untuk ketahanan pangan dan kemanfaatan bagi tubuh manusia merupakan satu tanggung jawab untuk kelangsungan hidup dalam berbangsa dan bernegara.

Dari latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian, dalam bentuk tesis dengan judul: “PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP MINAT MEMBELI PRODUK UMKM DI KOTA METRO”. Fokus penelitian ini pada produk UMKM *Home Industri* Keripik Pisang Tunas Kota Metro.

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan uraian diatas teridentifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Masih terdapat produk yang belum memiliki label halal
2. Tidak semua produk yang beredar memiliki label halal
3. Pengaruh label halal pada produk UMKM/ *Home Industri*
4. Konsumen muslim merupakan pasar terbuka di Indonesia.
5. Minat membeli terhadap produk UMKM sepenuhnya ada pada Konsumen.

C. Pembatasan masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, begitu banyak permasalahan yang timbul sehingga peneliti merasa tidak akan mungkin diselesaikan dengan kurun waktu yang singkat, dan biaya yang sedikit. Maka dari itu peneliti memutuskan untuk memberikan batasan permasalahan yang akan diteliti yaitu pengaruh label halal terhadap minat membeli konsumen pada produk Keripik Pisang Tunas di Metro Timur Kota Metro.

D. Rumusan masalah

Dari uraian latar belakang masalah sampai pada pembatasan masalah, maka peneliti akan merumuskan masalah yang akan diteliti, yaitu Bagaimana pengaruh label halal terhadap minat membeli konsumen pada produk Keripik Pisang Tunas, Metro Timur Kota Metro.?

E. Tujuan penelitian

Setiap apa yang diteliti, tentu mempunyai tujuan. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap minat

membeli konsumen pada produk Keripik Pisang Tunas di Metro Timur-Kota Metro- Lampung.

F. Manfaat penelitian

1. Secara Teoritis

Diharapkan dari hasil penelitian ini, bisa menambah wawasan dan keilmuan bagi kalangan pembaca, juga para mahasiswa yang akan menyelesaikan tugas ahir perkuliaan, terutama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

2. Secara Praktis

Secara praktis, diharapkan bisa memberikan manfaat pada masyarakat, juga pelaku usaha yang berada di Kota Metro.

G. Penelitian terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis teliti dalam topik pembahasan ini. Akan tetapi penelitian yang dilakukan tidak sama dengan penelitian sebelumnya ada beberapa perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sedang dilakukan saat ini. Penulis akan memaparkan beberapa karya ilmiah yang terkait dengan pembahasan peneliti, diantaranya adalah:

Ade Irwansyah. Dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Label Halal terhadap Pembelian Konsumen Muslim pada Restouran Cepat Saji di Kota Bogor”. Penelitian yang bertujuan pertama, mengidentifikasi persepsi konsumen muslim mengenai pangan halal dan lembaga halal prosuk pangan. Kedua, mengidentifikasi tingkat pengetahuan konsumen muslim mengenai

kehalalan suatu produk pangan. Ketiga, menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada restoran cepat saji di Kota Bogor.⁸

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Peneliti ini menyimpulkan bahwa, pertama, secara keseluruhan persepsi konsumen mengenai pangan halal dan lembaga halal pada produk pangan sudah baik. Kedua, tingkat pengetahuan halal pada produk pangan sudah baik. Hal ini berdasarkan bahwa sebagian besar dari konsumen 60% memiliki pengetahuan mengenai kehalalan suatu produk pangan. Ketiga, label halal dan harga merupakan faktor utama yang berpengaruh bagi konsumen muslim dalam memutuskan pembelian produk pangan pada restoran cepat saji. Sedangkan kualitas produk, layanan dan aksesibilitas lokasi bukan merupakan faktor utama.⁹

Irma Ayu Sawitri. Pengaruh Persepsi Label Halal dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini bertujuan, pertama, untuk menganalisis pengaruh persepsi label halal terhadap keputusan pembelian produk lipstik Wardah. Kedua, untuk menganalisis pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian produk lipstik Wardah.¹⁰ Penelitian ini merupakan jenis

⁸ Ade Irwansyah, Skripsi : Pengaruh Label Halal terhadap Pembelian Konsumen Muslim pada Restouran Cepat Saji di Kota Bogor. (Bogor : Institut Pertanian Bogor, 2016) h. 3-4.

⁹ -----, Pengaruh Label Halal terhadap Pembelian Konsumen Muslim pada Restouran Cepat Saji di Kota Bogor. (Bogor : Institut Pertanian Bogor, 2016) h. 38

¹⁰ Irma Ayu Sawitri, Skripsi : Pengaruh Persepsi Label Halal dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2018) h. 9. 6 Ibid, h. 80.

penelitian korelasional/asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa, pertama, variabel persepsi label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk lipstik Wardah. Kedua, variabel faktor sosial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk lipstik Wardah. Ketiga, berdasarkan hasil uji regresi berganda, secara bersama-sama (simultan) variabel persepsi label halal dan faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk lipstik Wardah.¹¹

Norazah, Norbayah dan Loi Chek Kim. Persepsi Konsumen tentang Sertifikat Makanan Halal. Data diambil dari siswa di lembaga pendidikan tinggi di wilayah Federal Labuan Malaysia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dari beberapa aspek perilaku konsumen seperti pengetahuan, agama, dan sikap. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggambarkan aspek-aspek tertentu dari persepsi responden terhadap sertifikasi makanan halal seperti pengetahuan tentang makanan halal, sikap religius, sikap terhadap makanan halal, dan niat untuk merujuk pada makanan halal. Aspek-aspek ini berasal dari komponen sikap terhadap sertifikasi makanan halal.

Oleh karena itu, temuan penelitian menawarkan beberapa implikasi penting bagi para praktisi. Perusahaan harus memainkan peran dominan dalam meningkatkan sikap konsumen terhadap sertifikasi makanan halal di pasar digital yang menantang.

¹¹ -----,Pengaruh Persepsi Label Halal dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2018) h. 80.

Perspektif tambahan yang memperjuangkan kepercayaan konsumen terhadap sertifikasi makanan halal adalah bahwa mereka memahami aspek Halal dan Haram Islam sambil memilih makanan dan minuman apa pun. Plus, mereka adalah mengetahui apakah produk itu diperbolehkan atau dilarang oleh hukum Islam. Aspek-aspek ini berasal dari komponen pengetahuan tentang sertifikasi makanan halal. Akibatnya, perusahaan harus meningkatkan pengetahuan konsumen mengenai pentingnya mengacu pada sertifikasi makanan halal dalam pemilihan produk, evaluasi, dan pengambilan keputusan.

Perusahaan harus menggunakan media tradisional dan elektronik untuk meningkatkan pengetahuan konsumen tentang sertifikasi makanan halal. Penelitian masa depan disarankan untuk memperkuat cakupan sampel di luar kelompok-kelompok siswa sehingga memperluas generalisasi hasil. Selain itu, data dapat dianalisis menggunakan teknik pemodelan persamaan struktural untuk menentukan faktor mana yang menghasilkan pengaruh paling kuat pada niat konsumen untuk merujuk pada sertifikasi makanan halal.

Berdasarkan pemaparan kajian terdahulu diatas maka terdapat kesamaan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu variabel yang digunakan mencakup pada persepsi dan juga label halal sedangkan perbedaanya yakni terletak pada objek penelitian dimana pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah konsumen atau pelanggan Keripik Pisang Tunas Metro Timur Kota Metro Lampung.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Label halal

1. Pengertian label halal

Menurut Stanton dalam Suryani, label adalah bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau pula etiket (tanda pengenalan) yang dicantumkan pada produk. Sedangkan Kotler menjelaskan bahwa label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan, Label bisa hanya mencantumkan merek atau informasi.¹

Label dibagi kedalam 3 klasifikasi yaitu:

- a. *Brand label*, yaitu merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan. Misalkan pada produk listrik, “FOX” dan lain sebagainya. Nama tersebut digunakan oleh perusahaan yang memproduksinya. Selain itu masing-masing perusahaan mempunyai merek yang dimilikinya pada perusahaan.
- b. *Descriptive label*, yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi pembuatan, perhatian

¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2000) Edisi 2, h. 477

perawatan dan kinerja produk, serta karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk.

- c. *Grade label*, yaitu label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk dengan suatu huruf, angka atau kata. Misalnya buah-buahan dalam kaleng diberi label kualitas A, B dan C.²

Pandangan Kotler menyatakan bahwa label memiliki tiga fungsi utama yaitu:

- a. Mengidentifikasi produk atau merek.
- b. Menentukan kelas produk.
- c. Menjelaskan produk yaitu siapa pembuatnya, kapan, dimana dan apa isinya.³

Sebuah produk dapat diidentifikasi manakalah pada kemasan terdapat label yang dapat dipertanggung jawabkan, dengan ketiadaan label membuat konsumen menimbulkan tanda tanya dan membuat keputusan untuk tidak memilih produk tersebut. Label bisa juga menggambarkan kualitas sebuah produk, bahwa dari label tersebut, akan mengarah kepada kualitas dan kuantitas sebuah produk, jika kualitas sebuah produk sudah diketahui otomatis secara tidak langsung akan mempengaruhi minat membeli konsumen.

Peraturan Pemerintah nomor 69 tahun 1999 tentang label dan iklan pangan menyebutkan label dengan setiap keterangan mengenai pangan

² Jurnal manajemen keuangan vol: 5, No.1, Mei 2016.

³Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2000) Edisi 2, h. 479

yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan pangan. Dengan demikian label pangan sekurang-kurangnya memuat keterangan:

- a. Nama produk.
- b. Daftar bahan yang digunakan.
- c. Berat bersih atau isi bersih.
- d. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau perusahaan yang memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia.
- e. Tanggal, bulan dan tahun kedaluwarsa.⁴

2. Pengertian Halal

Halal adalah sesuatu yang diperbolehkan menurut ajaran Islam. Hakikatnya semua apa yang diciptakan Allah, SWT dimuka bumi ini adalah halal dan mubah, tidak ada yang haram. Kecuali ada nash yang menunjukkan haram, jika tidak maka akan kembali pada asalnya mubah. Halal asal kata dari (*halla, yahillu, hillan*): Membebaskan, melepaskan, memecahkan, membubarkan, dan membolehkan. Segala sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum jika menggunakannya.⁵

Kata halal berasal dari bahasa Arab, yang berarti “melepaskan atau tidak terikat” secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan dengan bebas atau tidak terikat terhadap ketentuan-ketentuan

⁴ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan diakses 18 Desember 2020 jam 17.00 wib.

⁵ Abdul Aziz Dahlan, Ensiklopedi Hukum Islam, (Jakarta; PT. Ichtiar Baru Van Hoeve, 2006 M), hlm., 505-506.

yang melarangnya. Islam sudah mengatur untuk kehalalan produk yang akan dikonsumsi oleh Manusia. Hal-hal yang akan dikonsumsi oleh manusia bukan saja produk makanan, akan tetapi semua produk seperti kosmetik, obat-obatan dan lain sebagainya semua itu sudah diatur dan mempunyai dasar hukum yang kuat didalam ajaran agama islam maupun tatanan hukum yang ada di Negara kesatuan Republik Indonesia dalam penentuan kehalalan produk.

Menurut peraturan pemerintah Republik Indonesia nomor 39 tahun 2021 tentang penyelenggaraan bidang jaminan produk halal. Label halal adalah tanda kehalalan suatu produk,⁶Sedangkan Halal menurut Departemen Agama yang dimuat dalam Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 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.”⁷

3. Logo Halal

Logo halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.⁸Logo halal merupakan salah satu indikator bahwa produk yang dimiliki oleh pelaku usaha memenuhi

⁶ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 tahun 2021 pasal 1 ayat 7

⁷ Eri Agustina H, Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall's Conello, Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 1 No. 2,2013. Hal.,171

⁸ Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, Petunjuk Teknis Pedoman System Produksi Halal, Departemen Agama, Jakarta, 2003, 2

standar halal yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Sedangkan untuk Pemasangan, bentuk serta desain dari label tersebut harus memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

Pencantuman logo halal bagi pemilik sertifikat halal bersifat wajib. Pelaku usaha harus mencantumkan label tersebut di area yang bisa dilihat dengan mudah. Selain itu, harus memperhatikan bahwa label tersebut tidak mudah rusak, lepas atau terhapus. Adapun penetapan logo halal terbaru, BPJPH sudah menerbitkan tertuang dalam keputusan kepala BPJPH nomor 40 tahun 2022 tentang penetapan label halal.⁹ Selaku kepala BPJPH Muhammad Aqil Irham mengatakan,

“pada masa transisi penerapan logo halal Indonesia, logo lama masih bias digunakan hingga masa berlaku dari sertifikat halal atas sebuah produk yang diterbitkan oleh MUI habis.”¹⁰

Sementara, untuk sertifikat yang akan di terbitkan oleh BPJPH akan menggunakan logo halal yang baru.

Maka bagi pengusaha dengan masa ketetapan halal atau stok kemasan halalnya sudah habis, wajib menyesuaikan pencantuman produk halal sesuai dengan keputusan Kepala BPJPH nomor 40 tahun 2022 tersebut. Setiap produk yang ditempelkan label/logo halal MUI harus sesuai dan disertakan Nomor sertifikat halal yang dikeluarkan oleh Instansi pemerintah yang berwenang. Logo halal MUI dapat dilihat pada Gambar: 1 sebagai berikut.

⁹Kompas.com label halal terbaru yang dikeluarkan BPJPH.

¹⁰[www.halal](http://www.halal.produk.kompas.com) produk Kompas.com

Gambar : 1
Logo halal MUI Versi terbaru



Logo halal Indonesia¹¹

Logo halal diperoleh setelah mendapatkan sertifikat halal. Sertifikat halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syariat Islam. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman logo halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Sedangkan yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai syariat Islam.¹²

Adapun syarat kehalalan produk adalah sebagai berikut:

- 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, dan lain sebagainya.
- c. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.

¹¹<https://www.hanalfa.com/2022/03/download-logo-halal-baru-png-pengganti-gambar-label-mui-lengkap-makna-arti.html>

¹² Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*, Malang, UIN Maliki Press, 2011, hlm. 140

- d. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengelolaan, tempat pengelolaan dan transformasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya maka terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam.
- e. Semua makanan dan minuman tidak mengandung *khamar*.¹³

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

Adapun label halal atau logo halal yang lama, yang biasa di gunakan oleh pengusaha masih berlaku sampai masa berlaku sertifikatnya habis. Jika sudah habis dan akan diterbitkan sertifikat halal dengan logo yang baru. Hal ini sudah ditetapkan oleh kepala BPJPH, ketentuan ini tertuang dalam keputusan kepala BPJPH Nomor 40 tahun 2022 tentang penetapan label halal sebagai pelaksana amanat pasal 37 UU Nomor 33 Tahun 2014.

“Namun demikian, pelaku usaha yang memiliki produk yang telah bersertifikat halal sebelum beroperasinya BPJPH serta masih memiliki stok kemasan dengan label halal dan nomor ketentuan halal MUI, diperkenankan untuk menghabiskan stok kemasan terlebih dahulu, Setelah itu, mereka harus segera menyesuaikan pencantuman label halal pada produknya sesuai dengan ketentuan dalam Keputusan Kepala BPJPH Nomor 40 Tahun 2022, Pemerintah tentu memahami kondisi di lapangan. Banyak pelaku usaha telah memproduksi kemasan produk dengan label halal MUI.

¹³..... Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal, Malang, UIN Maliki Press, 2011, hlm. 141

Oleh sebab itu bagi pelaku usaha yang akan memproduksi kemasan produk untuk stok baru silakan itu digunakan sesuai ketentuan.”¹⁴

Kebijakan tersebut, lanjut Aqil, merupakan salah satu bentuk kemudahan dari pemerintah untuk pelaku usaha dalam masa transisi pelaksanaan sertifikasi halal dari yang sebelumnya bersifat sukarela menjadi wajib, adapun logo halal terbaru akan diberlakukan pada 1 Maret 2022. Adapun gambar logo halal yang lama dapat di lihat pada gambar 2 sebagai berikut :

Gambar 2.

Logo halal MUI Versi lama



Logo Halal MUI¹⁵

Keripik, merupakan produk olahan rumahan yang bahan bakunya terbuat dari aneka macam hasil bumi seperti buah-buahan dan umbi-umbian, seperti Pisang, Singkong, daun-daunan dan lain sebagainya. Melihat bahan baku yang diambil dari Alam sudah jelas kehalalannya, akan tetapi sering tidak kita ketahui sistem pengelolaannya bisa saja haram jika produk keripik yang di olah tidak sesuai dengan aturan syariat Islam. Misalkan, bahan-bahan yang dicampur menggunakan lemak babi dan lain sebagainya tentu akan membuat produk tersebut haram untuk dikonsumsi.

<http://www.halal.go.id/beritalengkap/567> situs resmi BPJPH di uplod 20 Juni 2022, jam 12.00 Wib

¹⁵www.logo-halalmui.com

Setiap produsen yang memproduksi produk makanan dan minuman kemudian dimasukkan dalam kemasan dan diedarkan ditengah masyarakat umum tanpa adanya label halal yang resmi, tentu akan menimbulkan kecurigaan terhadap produk tersebut. Hal seperti ini, sudah kewajiban Pemerintah untuk melarang peredaran produk makanan dan minuman dan lain sebagainya di Indonesia. Dengan kata lain keseriusan pemerintah dalam menangani peredaran produk non halal. Peraturan Nomor 39 tahun 2021 pasal 2 bagian (1). Produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan diwilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.¹⁶

Berkaitan dengan label halal, 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 dipasaran. Informasi pada label produk sangat diperlukan agar konsumen dapat secara tepat menentukan pilihan sebelum memutuskan untuk membeli. Oleh karena itu, informasi halal pada suatu produk wajib diberikan oleh Produsen apabila sudah memiliki sertifikat halal resmi.

4. Sertifikasi Halal

Sebagai lembaga yang diberi amanat Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) menandai era baru jaminan produk halal di Indonesia. Jika sebelumnya jaminan produk halal (JPH) dilaksanakan oleh masyarakat dan bersifat

¹⁶Peraturan pemerintah nomor 39 tahun 2021 pasal 2 ayat 1.

voluntary, melalui UU 33/2014, tugas JPH beralih dan tanggung jawab negara (pemerintah) dan bersifat mandatory, Sebelum UU 33 /2014, penjaminan produk halal dilaksanakan atas kesadaran individual atau organisasi, saat ini tanggung jawab kolektif.¹⁷

Konsekuensi kewajiban bersertifikat halal bagi produk (baik barang dan jasa) sangat krusial. Satu sisi, amanah ini memastikan produk yang dikonsumsi dan digunakan oleh masyarakat terjamin kehalalannya. Namun di sisi lain, kewajiban ini pekerjaan besar bagi pemerintah untuk menghubungkan banyak sekali halal *value chain* yang saat ini masih terserak ke dalam berbagai sektor. Beruntung Indonesia telah memiliki roadmap pengembangan ekonomi syariah dan industri halal nasional. Salah satu poin penting roadmap itu adalah menjadikan Indonesia sebagai pusat atau destinasi halal dunia (global halal).¹⁸

Ekspektasi menjadikan Indonesia sebagai global halal dan produsen terbesar produk halal di dunia sesungguhnya amat rasional. Kita memiliki apa yang peneliti sebut sebagai modal halal (halal capital). Dari sisi modal religius dan demografis, Indonesia memiliki jumlah pemeluk muslim terbesar di dunia, mencapai 229,6 juta jiwa atau sekira 13,% dari populasi muslim dunia. Dengan jumlah ini, kebutuhan akan produk halal dipastikan meningkat dan makin menantang. Apalagi secara global, kebutuhan akan produk halal baik pangan olahan, hasil pertanian, perikanan, kosmetik, obat dan farmasi, serta fashion dan barang gunaan

¹⁷<https://kemenag.go.id/read/update-sertifikasi-halal-di-indonesia-ekspektasi-dan-kenyataan-8njgk>

¹⁸<https://kemenperin.go.id>

tambah meningkat dari tahun ke tahun. Produk halal adalah bagian bisnis dunia yang nilainya sangat besar dan menjanjikan, bukan saja di kalangan masyarakat muslim tetapi juga non muslim. Bukan hanya menjadi pusat perhatian negara-negara Islam, tetapi juga negara-negara minoritas muslim.

Pada tahun 2021, Indonesia menduduki peringkat ke empat dunia disektor makanan halal, dikutip data *state of the global Islamic economy* tahun 2020-2021 naik delapan peringkat dibanding posisi sebelumnya.¹⁹ Kondisi ini Indonesia dibutuhkan sebuah lembaga yang tugasnya husus menangani halal atau tidaknya produk. Badan penyelenggara jaminan produk halal (BPJH) adalah sebuah badan yang terbentuk dibawah naungan kementerian agama. Undang-undang nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal mengamanatkan agar produk yang beredar di Indonesia terjamin kehalalannya oleh karena itu BPJH mempunyai tugas dan fungsi untuk menjamin kehalalan produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di Indonesia.

Badan penyelenggara jaminan produk halal juga didukung oleh tugas dan fungsi sebagaimana yang diamanatkan oleh undang-undang nomor 33 tahun 2014 yaitu tentang Registrasi halal, sertifikasi halal, verifikasi halal, melakukan pembinaan serta melakukan pengawasan kehalalan

¹⁹<https://kemenperin.go.id> pada siaran pers

produk, kerjasama dengan seluruh stakeholder terkait, serta menetapkan standar kehalalan sebuah produk.²⁰

5. Alur proses sertifikasi halal

Untuk mendapatkan sertifikat halal MUI tentu ada tahapan yang harus diselesaikan oleh pelaku usaha, tahapan demi tahapan memang harus diselesaikan. Adapun prosedur proses yang dilakukan oleh pengusaha diantaranya sebagai berikut:

- a. Pelaku usaha harus mempersiapkan dokumen permohonan diantaranya:
 - 1) Data pelaku usaha.
 - 2) Nama dan jenis produk.
 - 3) Daftar produk dan bahan yang digunakan.
 - 4) Pengelolaan produk.
 - 5) Dokumen sistem produk halal.
- b. BPJPH Menerima dokumen dan menetapkan lembaga pemeriksa halal selama 2 hari kerja.
- c. Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) memeriksa dan atau menguji kehalalan produk, selama 15 hari kerja. Pemeriksaan dan pengujian kehalalan produk oleh auditor halal diantaranya: pemeriksaan keabsahan dokumen dan pemeriksaan produk. Adapun pemeriksaan tersebut dilakukan di lokasi usaha pada saat proses produksi, jika terdapat bahan yang diragukan kehalalannya, maka dapat dilakukan di

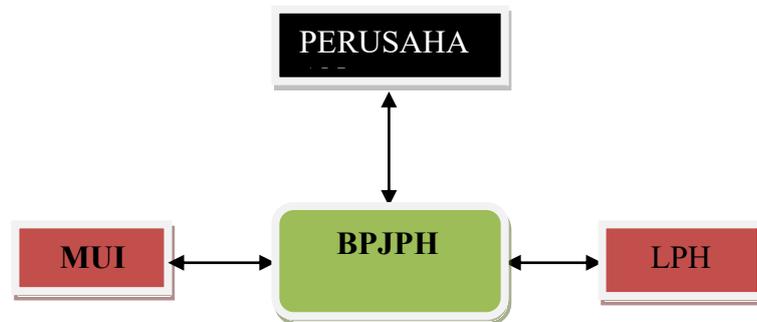
²⁰[www.Badan penyelenggara jaminan produk halal Kementerian Agama Republik Indonesia.com](http://www.Badan%20penyelenggara%20jaminan%20produk%20halal%20Kementerian%20Agama%20Republik%20Indonesia.com)

cek di laboratorium. Kemudian LPH menyerahkan hasil pemeriksaan atau pengujian kehalalan produk kepada BPJH untuk di verifikasi, hasil tersebut diserahkan kepada MUI paling lama 3 hari kerja.

- d. Majelis Ulama Indonesia (MUI) menetapkan kehalalan produk melalui sidang fatwa halal selama 3 hari kerja.²¹ Dalam pelaksanaan sidang majlis ulama Indonesia (MUI) mengikut sertakan diantaranya: parapakar, unsur kementrian terkait, lembaga terkait dan institusi terkait. Dalam hal sidang fatwa halal memerlukan informasi tambahan, MUI mengembalikan dokumen untuk dilengkapi dalam jangka waktu 10 hari kerja. Setelah diambil keputusan rapat sidang fatwa halal, halal produk ditandatangani oleh ketua dan seketaris komisi fatwa MUI dan diketahui oleh ketua umum. Selanjutnya disampaikan kepada BPJPH paling lama 30 hari kerjasejak MUI menerima hasil verifikasi dari BPJPH, dan untuk menjadi dasar penerbitan sertifikat halal. Dalam sidang majelis ulama Indonesia terdapat dua keputusan, jika keputusan itu baik, maka MUI menetapkan halal produk dan diserahkan kepada BPJPH untuk penerbitan sertifikat halal dan dipublikasikan. Jika hasilnya dinyatakan produk tidak halal, maka dokumen diserahkan kepada BPJPH untuk dikembalikan kepada pemohon sertifikat halal dan diberikan alasan yang baik.

Secara global arus proses permohonan sertifikat halal dapat dilihat pada gambar 3 pada bagan dibawah ini:

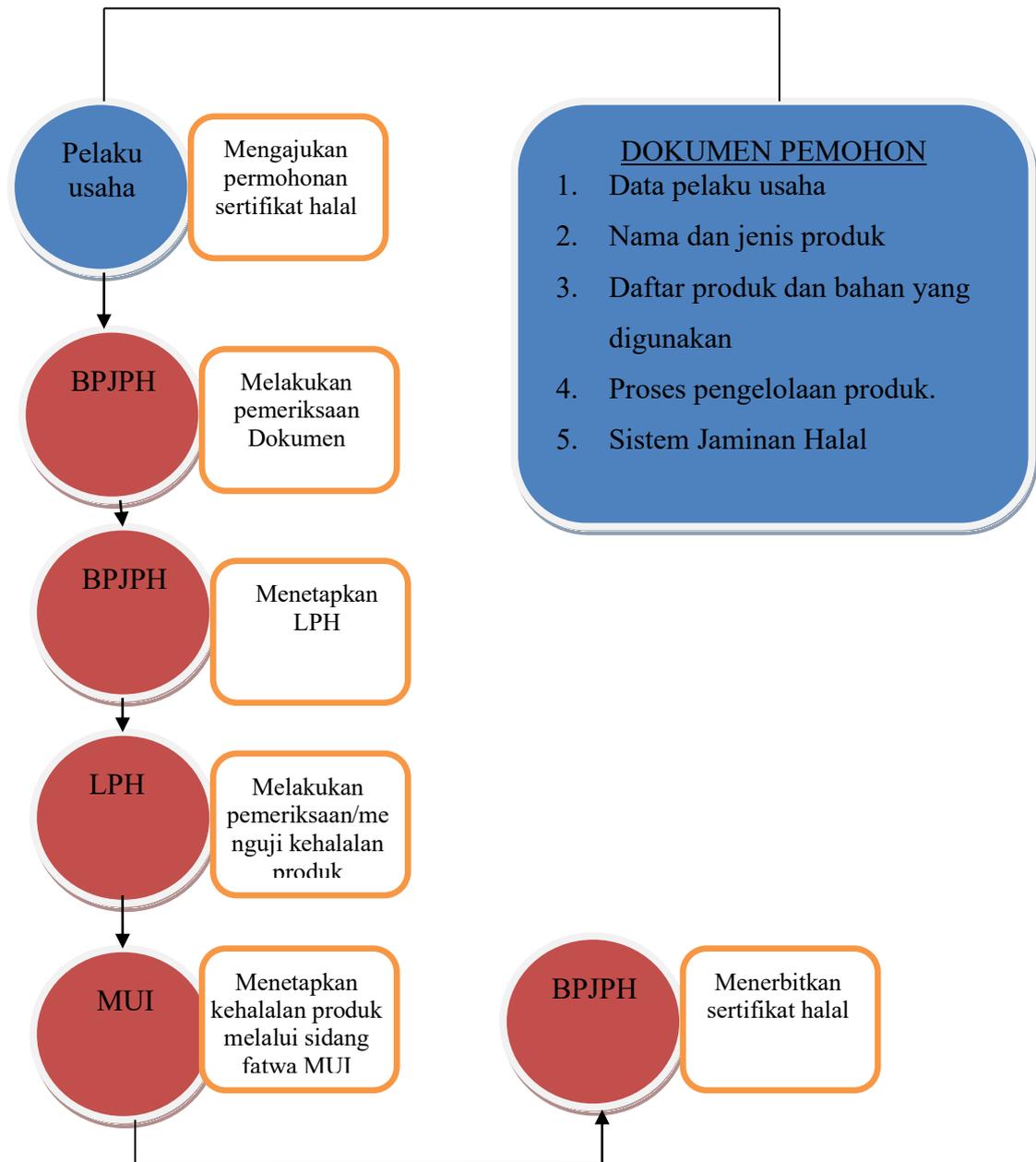
²¹ [www.Badan penyelenggara jaminan produk halal-BPJPH.go.id](http://www.Badanpenyelenggarajaminanprodukhalal-BPJPH.go.id) situs resmi di uplod tanggal 27 September 2021 Jam 17:35

Gambar 3**Era baru proses sertifikasi halal²²**

Untuk mempermudah dalam pemahaman alur proses sertifikat halal, maka dapat dilihat pada gambar : 4 dibawah ini:

²²<http://halal.go.id> infopenting

Gambar : 4

Alur proses Permohonan Sertifikasi halal²³

Adapun persyaratan dokumen permohonan sertifikat halal adalah sebagai berikut:

²³ -----www.bpjph.go.id

- a. Data pelaku usaha diantaranya :
 - 1) Nomor Induk Berusaha (NIB) jika tidak memiliki NIB dapat dibuktikan dengan surat izin lainnya seperti NPWP,SIUP, UMK, NKP dan lain-lain.
 - 2) Penyelia Halal. Melampirkan salinan KTP, Daftar riwayat hidup, salinan sertifikat penyelia halal, salinan keputusan penetap penyelia halal.
- b. Nama dan jenis produk ialah, nama dan jenis produk harus sesuai dengan produk yang akan di sertifikasi halal.
- c. Daftar produk dan bahan yang digunakan :
 - 1) Bahan baku
 - 2) Bahan tambahan dan
 - 3) Bahan penolong
- d. Proses pengelolaan produk

Dalam proses pengelolaan produk harus diperhatikan terkait pembelian, penerimaan, penyimpanan dan pendistribusian.
- e. Dokumen sistem jaminan halal

Suatu sistem manajemen yang disusun, diterapkan dan dipelihara oleh perusahaan pemegang sertifikat halal untuk menjaga kesinambungan proses produk halal.²⁴

²⁴ www. BPJPH.go.id situs resmi di uplod tanggal 27 september 2021 jam 17:35

6. Biaya Sertifikat Halal

Sertifikat halal adalah jaminan untuk memberikan kepastian atas kehalalan sebuah produk yang diperdagangkan atau beredar di Indonesia. Kewajiban untuk melakukan sertifikasi halal sudah diatur dalam undang-undang Nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal. Dalam peraturan tersebut dijelaskan, produk yang wajib memiliki sertifikat halal adalah produk makanan dan minuman, obat-obatan, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetika dan barang guna yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat.²⁵ Dalam pelaksanaan untuk mengeluarkan sertifikat halal ada beberapa hal yang harus diselesaikan oleh perusahaan yang mengajukan permohonan sertifikasi halal, diantaranya adalah sebagai berikut:

a) Biaya proses pembuatan sertifikat halal

Biaya sertifikasi halal merujuk pada keputusan Kepala BPJPH Nomor 141 tahun 2021 tentang penetapan tarif layanan BLU BPJPH, ada biaya untuk BPJPH dan biaya untuk LPH. Di dalam peraturan tersebut, diatur tarif layanan terdiri dari dua jenis tarif, yaitu tarif layanan utama dan tarif layanan penunjang. Tarif layanan utama yaitu terdiri dari tarif layanan barang dan jasa, akreditasi lembaga pemeriksa halal, registrasi auditor halal, layanan pelatihan auditor dan penyelia halal, serta kompetensi auditor dan penyelia halal.

²⁵[www://kompas.com](http://www.kompas.com) penulis Retia Kartika Dewi 2 januari 2022, 18.00wib

Sedangkan tariflayanan penunjang adalah mencakup penggunaan lahan ruang, gedung, dan bangunan laboratorium, seta penggunaan kendaraan bermotor.²⁶

Adapun biaya-biaya dalam pembuatan sertifikat halal diantaranya:

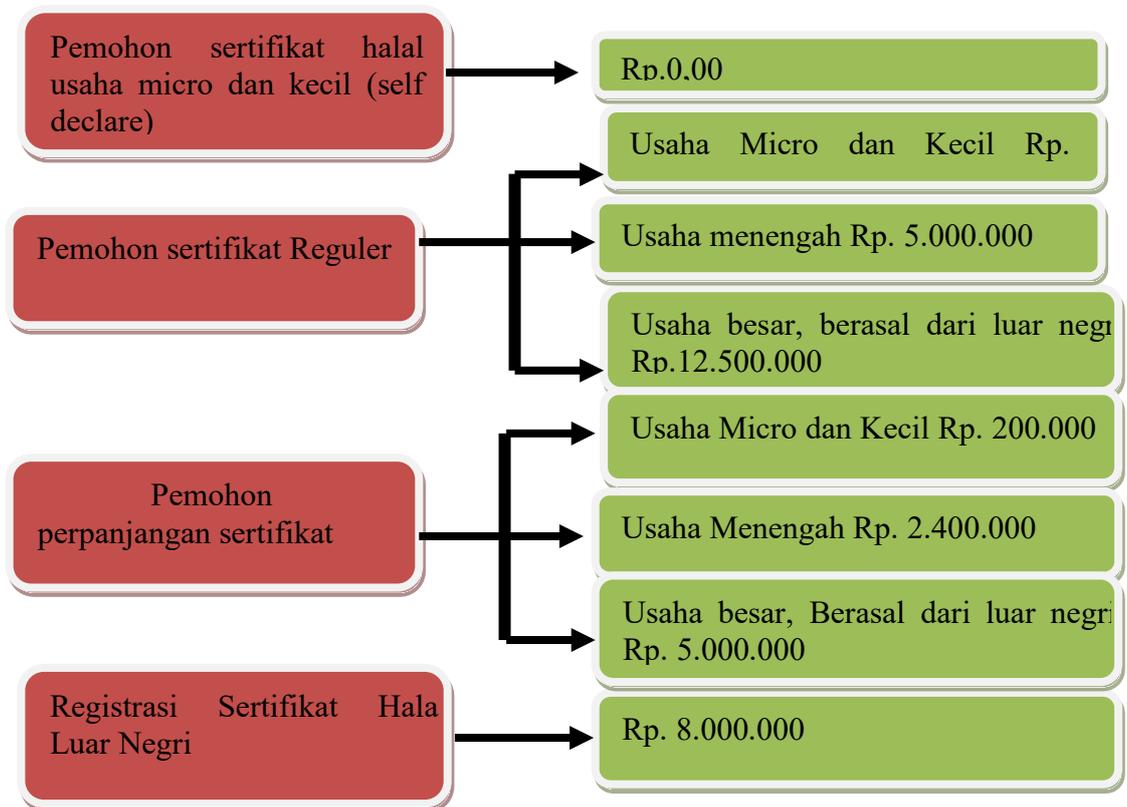
- 1) Biaya pengajuan permohonan sertifikat halal
- 2) Biaya pemeriksaan dan atau pengujian terhadap kehalalan produk
- 3) Biaya pelaksanaan sidang fatwa halal
- 4) Biaya penerbitan sertifikat halal
- 5) Biaya registrasi sertifikat halal luar negri.²⁷

Tarif layanan utama badan layanan umum BPJPH, Sertifikat untuk barang dan jasa dapat dilihat pada gambar 5 sebagai berikut :

²⁶<http://kompas.com> penulis Nur Fitriatus Shalihah, 16 maret 2022

²⁷ http://halal.go.id/cms/assets/files/WhatsApp_Image_2021-12-06_at_17_05_15.

Gambar 5:

Bagan tarif biaya sertifikat halal untuk barang dan jasa²⁸

Adapun layanan sertifikasi halal untuk barang dan jasa meliputi:

- 1) Layanan permohonan sertifikasi halal dengan pernyataan pelaku usaha.
- 2) Layanan permohonan sertifikat halal
- 3) Layanan permohonan perpanjangan sertifikat halal
- 4) Layanan registrasi sertifikat halal luar negeri

Sedangkan layanan akreditasi LPH meliputi:

- 1) Layanan akreditasi LPH

²⁸ -----<http://halal.go.id/cms/assets/files.diuplod.20.juni.2022> jam 5.00 wib.

- 2) Layanan perpanjangan akreditasi LPH
 - 3) Layanan reakreditasi level LPH
 - 4) Layanan penambahan lingkup LPH.²⁹
- b) Auditor halal

Penyelenggara jaminan produk halal (JPH) tidak akan berjalan dengan normal jika tidak adanya Auditor halal yang diikuti sertakan dalam pencapaian tujuan jaminan produk halal. Auditor halal merupakan orang yang memiliki kemampuan pemeriksaan kehalalan produk. Peran dan fungsinya sangat krusial dalam proses sertifikasi produk halal. Pada saat suatu produk mengikuti sertifikasi halal, tentu akan melewati serangkaian tahapan, salahsatunya proses auditor terhadap produk yang akan di sertifikat halal.

Untuk menjadi auditor halal, sesuai dengan peraturan

- c) Penyelia halal

Menurut Undang-undang Nomor.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), pengertian penyelia halal adalah seorang yang bertanggung jawab terhadap Proses Produk Halal (PPH).³⁰ Peran penyia halal begitu penting didalam sebuah perusahaan, diantaranya:

- 1) Mengawasi proses produk halal di perusahaan.
- 2) Menentukan tindakan dan pencegahan.

²⁹-----, Nur Fitriatus Shalihah, 16 maret 2022

³⁰ Undang-undang Nomor 33 tahun 2014 pasal 24 butir C.

- 3) Mengoordinasikan Proses Produk Halal (PPH) serta
- 4) Mendampingi Auditor Halal Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) pada pemeriksaan.³¹

Adapun keuntungannya bagi perusahaan dengan adanya penyelia halal bersertifikat kompetensi, maka perusahaan mempunyai tiga keuntungan utama diantaranya :

- 1) Jaminan Kompetensi Penyelia Halal sebagai aset perusahaan dalam mengimplementasikan SJH
- 2) Konsistensi kehalalan produk yang dihasilkan dengan adanya Penyia Halal Kompetensi.
- 3) Pemenuhan Undang-undang Jaminan Produk Halal Pasal 24 Poin C.³²

7. Regulasi sertifikat halal

Hubungan agama dan negara di Indonesia dalam penanganan sertifikasi produk halal dapat dilihat dari ketentuan perundang-undangan di Indonesia. Di antaranya adalah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan, Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Undang-Undang RI Nomor 33

³¹<https://wr4.uai.ac.id/apa-itu-penyelia-halal-apa-perannya/>. Diplod tanggal 21 juni 2024, jam 10.00 wib

³² -----,uai.ac.id/apa-itu-penyelia-halal-apa-perannya/. Diplod jam 11,00.wib

tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.³³ Dan yang terbaru peraturan pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal (BPJPH).³⁴

Begitu seriusnya pemerintah dalam memantau kehalalan suatu produk yang beredar di Indonesia. Pemerintah melarang keras produk-produk yang belum memiliki sertifikat halal untuk beredar baik produk dari dalam maupun dari Luar Negeri. Mengingat Indonesia merupakan Negara Mayoritas bukan minoritas juga dari sisi kesehatan tentu produk yang mengandung bahan berbahaya akan mengganggu kesehatan masyarakat.

Indonesia merupakan negara mayoritas muslim, tentu label halal akan memberikan dampak positif terhadap minat membeli masyarakat pada produk-produk yang memiliki logo halal pada kemasan produk. Namun tidak sedikit oknum yang tidak bertanggung jawab memanfaatkan kesempatan ini demi meraup keuntungan semata, walaupun harus merugikan orang lain. Sehingga pemerintah bekerja lebih keras dalam menghadapi tantangan semacam ini.

Salah satu upaya pemerintah dalam memberantas peredaran produk yang tidak berlabel halal dengan menerbitkan peraturan pemerintah Nomor 39 tahun 2021 penyelenggaraan bidang jaminan produk halal. Dengan harapan kesadaran masyarakat untuk tidak memasarkan produk-produk yang belum memiliki sertifikat halal resmi dari instansi yang

³³ Muh Zumar Aminuddin, Sertifikasi Produk Halal: Studi Perbandingan Indonesia dan Thailand| *Jurnal Shahih LP2M IAIN Surakarta. 1, No 1*, (2016): h.29

³⁴ www.BPJPH.go.id

berwenang. Dan akan diberikan sanksi tegas apabila masih ditemukan pelanggaran yang melawan hukum.

Jika dicermati aturan yang ada dalam Undang-Undang RI Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan maupun Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Ketentuan mengenai kehalalan sebuah produk cukup dengan keterangan bahwa produk tersebut halal. keterangan itu dicantumkan sendiri oleh produsen. hal itu juga hanya bersifat fakultatif, bukan keharusan.
- b. Tidak perlu ada lembaga khusus yang mensertifikasi produk halal. Produsen sendiri yang mencantumkan keterangan halal itu pada produknya.

Selanjutnya pada tahun 2014 ditetapkan Undang-Undang RI No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Aturan ini merupakan peraturan perundang-undangan yang kongkrit dan komprehensif mengenai sertifikasi halal, karena memang merupakan Undang-Undang khusus mengenai masalah tersebut. Lahirnya Undang-Undang ini dapat dikatakan sebagai era baru penanganan sertifikasi halal di Indonesia.

Beberapa ketentuan Undang-Undang tentang Jaminan Produk Halal (JPH) antara lain pasal 4 yang menyatakan bahwa Produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikat halal. Selanjutnya Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang JPH mengamanatkan

dibentuknya Badan penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang menurut ayat (5) ketentuan mengenai fungsi, tugas, dan susunan organisasi BPJPH diatur dalam Peraturan Presiden.³⁵

Wewenang BPJPH antara lain merumuskan dan menetapkan kebijakan JPH, menetapkan norma, standard, prosedur dan kriteria JPH, menetapkan dan mencabut sertifikat halal pada produk luar negeri serta melakukan registrasi sertifikat halal pada produk luar negeri. Dalam Undang-Undang RI No 33 tahun 2014 juga mengamanatkan bahwa paling lambat tiga tahun sejak dikeluarkannya Undang-Undang ini BPJPH sudah terbentuk.³⁶

Ditahun 2021 pemerintah memper tajam lagi dengan mengeluarkan peraturan pemerintah Nomor 39 tahun 2021 tentang penyelenggaraan bidang jaminan produk halal dibawah tanggung jawab Kementrian Agama. Melihat keseriusan pemerintah dalam menangani sistem halal di negara ini, sudah seharusnya semua lapisan masyarakat menjalankan segala yang berkaitan dengan prodak makanan, minuman dan kosmetik memiliki sertifikasi halal yang sah, sesuai dengan peraturan undang-undang yang berlaku.

Ditengah perkembangan zaman dan kemajuan teknologi saat ini, proses sistem sertifikasi halal juga diperbaruio, dengan melalu jejaring Internet, sehingga alur yang digunakan lebih plaksibel dan mempermudah pengusaha untuk memperoleh sartifikat halal dari

³⁵ Muh Zumar Aminuddin, h.30

³⁶ Undang-undang Nomor 39 tahun 2014

BPJPH. Adapun aturan dan tatacara pendaftaran sertifikasi halal sebagai berikut :

a. Registrasi

Perusahaan melakukan registrasi di BPJPH dengan melampirkan berbagai dokumen administrasi, salahsatunya Nomor Induk Berusaha (NIB) dan dokumen persyaratan lainnya kemudian dikirim melalui email sertifikasihalal@kemenag.go.id

b. Registrasi pemeriksaan kehalalan produk

Registrasi pemeriksaan ini dilakukan di BPJPH melalui aplikasi sertifikasi halal online Cerol-SS23000. Pendaftaran dapat dilakukan di <https://ptsp.halal.go.id> Pada tab pendaftaran Sertifikasi halal tersebut, perusahaan dapat memilih pendaftaran berdasarkan area distribusi produk. Untuk pelaku UMKM dengan distribusi produk pada cakupan wilayah tertentu, dapat memilih pendaftaran sertifikasi halal provinsi.

c. *Upload* dokumen halal

Setelah dilakukan *sign up*, maka perusahaan wajib melakukan aktivisasi akun agar bisa melanjutkan ke langkah selanjutnya yaitu *upload* dokumen halal. Pada proses *upload* dokumen halal ini, perusahaan perlu melampirkan berbagai dokumen terkait, diantaranya: manual Sistem Jaminan Halal (SJH), daftar produk, daftar bahan baku, dan matriks bahan vs produk.

d. Memenuhi akad ketetapan halal

Perusahaan dapat memenuhi akad ketetapan halal sebagaimana ditetapkan oleh BPJPH yang meliputi berbagai komponen, diantaranya: jasa professional auditor halal, biaya pemeriksaan atau pengujian, hingga administrasi penetapan halal.³⁷

e. Audit

Proses pemeriksaan/pengujian dilakukan dengan tiga tahap, yakni *pre* audit, audit dan *post* audit. *Pre audit* dilakukan untuk memeriksa kelengkapan dan kesesuaian dokumen halal apakah telah memenuhi persyaratan dan prosedur sertifikasi halal yang telah ditetapkan atau belum.³⁸

Apabila belum, maka perusahaan perlu untuk melengkapi agar dapat melangkah ke proses selanjutnya yaitu audit. Audit dilakukan dengan pemeriksaan ke fasilitas produksi untuk melihat proses produksi suatu produk. Hal ini untuk memastikan semua proses dari pertama hingga proses kemasan dan distribusi produk terbebas dari kontaminasi bahan non halal maupun najis. *Post* audit dilakukan untuk memeriksa fakta dan data hasil audit yang telah dilakukan. Apabila terdapat kekurangan atau kelemahan, maka BPJPH akan segera menginformasikan melalui aplikasi *Cerol-SS23000* dan perusahaan wajib melengkapinya.

³⁷ [www.https://:halal.go.id](https://halal.go.id)

³⁸ -----, [www.https://:halal.go.id](https://halal.go.id)

f. Penetapan kehalalan produk

Dari hasil pemeriksaan yang dilakukan oleh LPH, maka akan diteruskan ke komisi fatwa MUI untuk diputuskan status kehalalan produknya apakah sesuai syariat islam atau tidak.

g. *Download* penetapan halal

Jika suatu produk sudah diputuskan oleh komisi fatwa MUI, maka akan diterbitkan penetapan halal yang dapat di download di aplikasi Corol-ss23000. Adapun dokumun fisiknya, perusahaan dapat mengambil dikantor BPJPH baik di pusat maupun di provinsi.³⁹

B. Konsumsi dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli

1. Pengertian konsumsi

Pengertian konsumsi secara umum adalah pemakaian dan penggunaan barang-barang dan jasa seperti pakaian, makanan, minuman, rumah, peralatan rumah tangga, kendaraan, alat-alat hiburan, media cetak dan elektronik, jasa konsultasi hukum, jasa konsultasi kesehatan, belajar, dan lain sebagainya.⁴⁰ Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan dari pengertian secara umum diatas bahwa konsumsi bukan saja terletak pada sisi makan dan minum saja, akan tetapi jauh dari pada itu konsumsi juga dapat dimaknai sebagai pendaya gunaan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh manusia berdasarkan prinsip-

³⁹<https://www.halalmui.org/mui14/main/detail/alur-proses-ketetapan-halal-mui> di unduh 6 April 2021.

⁴⁰ Muhammad Hidayat, *pengantar ekonomi syariah*, (Jakarta: Zikrul Media Intelektual, 2010), h. 230

prinsip dan nilai Al-Qur'an dan As-Sunah.⁴¹ Secara umum juga dapat diartikan sebagai penggunaan barang dan jasa-jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia.⁴²

Berdasarkan kedua pengertian di atas dapat diartikan bahwa konsumsi dalam Islam Merupakan suatu kegiatan ekonomi dalam penggunaan barang dan jasa untuk digunakan dalam memenuhi kebutuhan hidup dengan cara mengalokasikan dan mengelola sumber daya yang ada, berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai Al-Qur'an dan As-Sunnah.

Menurut para ahli, konsumsi merupakan kegiatan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Konsumsi adalah semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Barang dan jasa yang digunakan dalam proses produksi tidak termasuk konsumsi, karena barang dan jasa itu tidak digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Barang dan jasa dalam proses produksi ini digunakan untuk memproduksi barang lain.⁴³

Tindakan konsumsi dilakukan setiap hari oleh siapapun, tujuannya adalah untuk memperoleh kepuasan setinggi-tingginya dan mencapai

⁴¹Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama Dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 19

⁴²Suherman Rosidi, *Pengantar Teori Ekonomi (Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro Dan Makro, Edisi Revisi*, (Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada, 2012), h. 162

⁴³Michael James, *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*, (Jakarta: Ghalia, 2001), 49.

tingkat kemakmuran dalam arti terpenuhi berbagai macam kebutuhan, baik kebutuhan pokok maupun sekunder, barang mewah maupun kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani. Tingkat konsumsi memberikan gambaran tingkat kemakmuran seseorang atau masyarakat. Adapun pengertian kemakmuran disini adalah semakin tinggi tingkat konsumsi seseorang maka semakin makmur, sebaliknya semakin rendah tingkat konsumsi seseorang berarti semakin miskin.⁴⁴

Dalam hal mengkonsumsi, manusia diberikan kebebasan dalam mengkonsumsi. Bebas dalam arti tetap berpijak pada etika yang telah diatur didalam islam. Untuk itu etika konsumsi dalam Islam selalu merujuk kepada dasar “*halalan thayiban*” dan sederhana.⁴⁵ Islam memberikan konsep adanya *an-nafs al muthamimah* (jiwa yang tenang). Jiwa yang tenang ini tentu saja bukan berarti jiwa yang mengabaikan tuntutan aspek material dari kehidupan. Tentu saja ia tetap memerlukan semua pemenuhan kebutuhan fisiologis, jasmani juga termasuk kenyamanan-kenyamanan (*comforts*). Tetapi pemuasan kebutuhan harus dibarengi dengan adanya kekuatan moral, ketiadaan tekanan batin (*tension*) dan adanya keharmonisan hubungan antar sesama manusia dalam sebuah masyarakat.⁴⁶

Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal itu mampu menambah *masalah* atau tidak mendatangkan

⁴⁴Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga, (Jakarta: Ghalia, 2001) hlm. 51,

⁴⁵ Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPF, 2005), h. 172

⁴⁶ Mustafa Edwin Nasution Dkk, *Pengalaman Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2010), h. 6

mudharat.⁴⁷ Karena perilaku konsumsi muslim dari segi tujuan tidak hanya mencapai kepuasan dari barangan dan penguasaan barang tahan lama melainkan dalam rangka mendapat akan ridha Allah SWT.

Dari pengertian dan pandangan para ahli diatas dapat diambil perbedaan dan persamaanya antara teori ekonomi islam dan teori ekonomi konvensional adalah:

a. Teori konsumsi Islam

Menurut Al-Ghazali konsumsi adalah (*al-hajah*) penggunaan barang atau jasa dalam upaya pemenuhan kebutuhan melalui bekerja (*al-iktisab*) yang wajib dituntut (*fardu kifayah*) berlandaskan etika (*shariah*) dalam rangka menuju kemaslahatan (*maslahah*) menuju akhirah.⁴⁸

Prinsip ekonomi dalam Islam yang disyariatkan adalah agar tidak hidup bermewah-mewahan, tidak berusaha pada pekerjaan yang dilarang, membayar zakat dan menjauhi riba, merupakan rangkuman dari akidah, akhlak dan syariat Islam yang menjadi rujukan dalam pengembangan sistem ekonomi Islam. Nilai-nilai moral tidak hanya bertumpu pada aktifitas individu tapi juga pada interaksi secara kolektif. Individu dan kolektif menjadi keniscayaan nilai yang harus selalu hadir dalam pengembangan sistem, terlebih lagi ada kecenderungan nilai moral dan praktek yang

⁴⁷ Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Op.Cit.*,h. 131

⁴⁸ Nur Chamid, *JejakLangkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 218.

mendahulukan kepentingan kolektif dibandingkan kepentingan individual.

Preferensi ekonomi baik individu dan kolektif dari ekonomi Islam akhirnya memiliki karakternya sendiri dengan bentuk aktifitasnya yang khas dan prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam, ada tiga aspek adalah sebagai berikut:⁴⁹

1) Ketauhidan

Tauhid adalah fondasi keimanan Islam. Ini bermakna bahwa segala apa yang di alam semesta ini didesain dan dicipta dengan sengaja oleh Allah Swt, bukan kebetulan, dan semuanya pasti memiliki tujuan.⁵⁰Tujuan inilah yang memberikan signifikansi dan makna pada eksistensi jagat raya, termasuk manusia yang menjadi salah satu penghuni di dalamnya. Prinsip Tauhid menjadi landasan utama bagi setiap umat muslim dalam menjalankan aktivitasnya termasuk aktivitas ekonomi. Prinsip ini merefleksikan bahwa penguasa dan pemilik tunggal atas jagad raya ini adalah Allah Swt. Prinsip tauhid ini pula yang mendasari pemikiran kehidupan Islam yaitu khilafah (*Khalifah*) dan 'Adalah (keadilan).

⁴⁹ Umer Chapra ,Masa Depan Ilmu Ekonomi, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 202-206.

⁵⁰ -----Masa Depan Ilmu Ekonomi, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 208

2) *Khilafah*

Khilafah (Khalifah) bahwa manusia adalah *khalifah* atau wakil Allah di muka bumi ini dengan dianugerahi seperangkat potensi spiritual dan mental serta kelengkapan sumberdaya materi. Ini berarti bahwa, dengan potensi yang dimiliki, manusia diminta untuk menggunakan sumberdaya yang ada dalam rangka mengaktualisasikan kepentingan dirinya dan masyarakat sesuai dengan kemampuan mereka dalam rangka mengabdikan kepada Sang Pencipta Allah SAW.

3) Keadilan

Merupakan bagian yang integral dengan tujuan Syariah (*Maqasid al Syariah*). Implikasi dari prinsip ini adalah:

- a) Pemenuhan kebutuhan pokok manusia.
- b) Sumber-sumber pendapatan yang halal.
- c) Distribusi pendapatan dan kekayaan yang merata.
- d) Pertumbuhan dan stabilitas.

Tiga prinsip tersebut tidak bisa dipisahkan, dikarenakan saling berkaitan untuk terciptanya perekonomian yang baik dan stabil karena prinsip adalah merupakan bagian yang integral dengan tujuan syariah (*Maqasid al Syariah*).

b. Teori konsumsi Konvensional

Dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan

konsumsinya semata. *Utility* secara bahasa berarti berguna, membantu atau menguntungkan.⁵¹

Menurut Suherman Rasyidi konsumsi adalah penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusia (*the use of goods and service in the satisfaction of human wants*).⁵² Paul A. Samuelson dan William D Nor Haus mengemukakan

“Konsumsi dirumuskan sebagai pengeluaran untuk barang dan jasa, seperti makan, pakaian, mobil, pengobatan dan perumahan.”⁵³

Menurut Samuelson konsumsi adalah kegiatan menghabiskan *utility* (nilai guna) barang dan jasa. Barang meliputi barang tahan lama dan barang tidak tahan lama. Barang konsumsi menurut kebutuhannya, yaitu: kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier.⁵⁴

Pengertian-pengertian di atas menunjukkan bahwa yang dimaksud dengan konsumsi adalah pembelanjaan atau pengeluaran yang bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan hidup secara jasmani atau rumah tangga yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan manusia.

c. Perbedaan dan persamaan

⁵¹ Lincolin Arsyad, *Ekonomi Manajerial*, (Yogyakarta:PBEF-Yogyakarta, 2008), 98.

⁵²Suherman Rasyidi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1998), 147.

⁵³ -----Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1998), 148.

⁵⁴ Paul Samuelson dan William D Nor Hans, *Ekonomi*, Jilid. 1, (Jakarta: Airlangga, 1993), 101.

Untuk lebih mempermudah pemahaman terkait perbedaan dan persamaan, antara teori Konsumsi Islam dan teori Konsumsi ekonomi Konvensional dapat di ligat pada tabel sebagai berikut:

Tabel: 1

Perbedaan dan persamaan teori konsumsi Islan dan Konvensional

Teori konsumsi ekonomi Islam	Teori konsumsi ekonomi konvensional
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bersumber dari dalil-dalil, nash al-Qur'an dan hadist 2. Bertujuan untuk mendapat masalah (kesejahteraan atau manfaat), Masalah lebih diutamakan dalam melakukan segala aktivitas konsumsi. 3. Mempunyai prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, serta moralitas. 4. Tingkat kepuasan berdasarkan hal berikut: barang yang dikonsumsi tidak haram dengan kata lain harus memperhatikan halal-haram, tidak berlebihan dalam mengonsumsinya, serta didasari 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bersumber pada perilaku individu-individu yang secara nyata terjadi di setiap unit ekonomi, serta dikarenakan pemikirannya lebih didominasi oleh dua kekuatan paham dunia yaitu kapitalis dan sosialis. 2. Cenderung bebas nilai, artinya bentuk aktifitas apapun dapat dilakukan sepanjang menghasilkan keuntungan yang besar. 3. Bertujuan untuk memperoleh kepuasan(<i>utility</i>) dalam kegiatan konsumsinya semata.

<p>dengan niat untuk mendapat rida Allah.</p>	<p>4. Menggunakan prinsip rasionalitas yaitu Kelengkapan (<i>Completeness</i>), Transitivitas (<i>Transitivity</i>), Kesenambungan (<i>Continuity</i>), Lebih Banyak Lebih Baik (<i>The More Is The Better</i>).</p>
---	--

Dari perbedaan dan persamaan antara kedua teori tersebut dapat disimpulkan bahwa teori ekonomi islam pada setiap aktifitas bertujuan untuk beribadah kepada Allah SWT, bukan semata-mata untuk kepentingan duniawi saja, jauh daripada itu kepentingan Akhirat merupakan manifestasi untuk menempuh kehidupan yang akan datang dan yang lebih kekal. Sedangkan ekonomi konvensional hanya bertujuan kepuasan (*Utility*) dengan mengutamakan pemikiran Rasionalitas.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan minat membeli

Dalam menganalisis pembelian konsumen pandangan kotler ada beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen diantaranya adalah :

- a. Faktor yang berkaitan dengan pembeli
- b. Faktor yang berkaitan dengan produk

- c. Faktor yang berkaitan dengan situasi penjualan
- d. Faktor yang berkaitan dengan situasi kultur.⁵⁵

Masing-masing faktor tersebut memberi dampak yang berbeda pada tiap-tiap konsumen. Oleh karena itu kejelian pemasar disini dituntut untuk dapat mengidentifikasi faktor pembelian atas produk yang dipasarkan. Kemampuan pemasar dalam hal ini akan sangat membantu perusahaan untuk dapat meningkatkan penjualan produknya.⁵⁶

Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen seperti kekuatan sosial budaya dan kekuatan psikologis. Kekuatan sosial budaya yang terdiri dari faktor budaya, tingkat sosial, kelompok anutan dan keluarga, kemudian psikologis terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan konsumen. Sedangkan untuk pandangan perilaku konsumen tersebut, terhadap suatu produk adalah seperti faktor kultural budaya, kelas sosial, kelompok acuan dan keluarga.⁵⁷

Dari pandangan beberapa toko diatas dapat kita tarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel: 2

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

Budaya	Sosial	Pribadi	Psikologi	Pembeli
➤ Budaya	➤ Kelompok	➤ Usia dan tahap	➤ Motivasi	Pembeli

⁵⁵Fhillip Kotler (2001)

⁵⁶ Jurnal Paradigma Vol. 13, No. 01, Februari-Juli 2015. h. 105

⁵⁷ Hasan, Ali. 2009. Marketing, Yogyakarta: Media pressindo. hal. 58

➤ Sub budaya	➤ Kelu arga	dikus hidup	➤ Persepsi	an
➤ Kelas Sosial	➤ Peran status	➤ Pekerjaan	➤ Pembelajaran	
		➤ Situasi ekonomi	➤ Kepercayaan	
		➤ Gaya hidup dan kepribadian dan konsep	➤ Sikap	

Data diolah 2021⁵⁸

Minat membeli merupakan bagian dari perilaku seseorang untuk mengonsumsi suatu produk. Juga menjadi bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengonsumsi, kecenderungan konsumen untuk bertindak sebelum melakukan keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Sedangkan minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Sedangkan perbedaan antara membeli dengan minat beli adalah membeli merupakan suatu kejadian yang benar-benar telah dilakukan, adapun minat membeli adalah baru niat untuk melaksanakan suatu pembelian dimasa yang akan datang.⁵⁹Niat membeli mengindikasikan bahwa, konsumen akan mengikuti pengalaman dimasa lalu, referensi dan lingkungan eksternal dalam memperoleh informasi, mengevaluasi alternatif-alternatif dan membuat keputusan pembelian.

Untuk melaksanakan niat pembelian, konsumen memiliki sikap dan penilaian terhadap suatu prodak serta faktor-faktor eksternal dari

⁵⁸ -----, 2009. Marketing, Yogyakarta: Media pressindo, hal 59

⁵⁹ Jurnal berkala Ilmiah efesiensi Volume 16 No. 1 tahun 2016 h. 505

produk tersebut. Sikap, penilaian dan faktor-faktor eksternal ini merupakan faktor yang sangat penting untuk memprediksi perilaku konsumen.⁶⁰ Dalam melakukan penilaian produk konsumen sangat peka terhadap penampilan, label maupun logo suatu produk secara *zohiriya*, namun secara mendalam minat membeli suatu produk akan menjadikan manivestasi kemanfaatan dan kegunaan produk tersebut pada tubuh manusia. Jika kemanfaatan pada produk tidak baik bagi tubuh, maka produk tersebut dapat dipastikan kurang di minati atau bahkan tidak diminati oleh konsumen. Produk halal merupakan produk yang sudah dipastikan kehalalannya dengan melalui tahapan-tahapan untuk di uji oleh lembaga yang bertanggung jawab terhadap produk-produk yang beredar di masyarakat.

Produk halal adalah pangan, obat-obatan, kosmetik dan lain sebagainya yang tidak mengandung unsur atau barang haram dalam proses pembuatannya maupun bahan baku, bahan tambahan lainnya termasuk bahan produksi yang diolah melalui proses genetika dan irasiasi yang mengelolanya dilakukan dengan tidak sesuai syati'at Islam. Salah satu produk olahan *home industri* di Lampung ialah keripik, Keripik, merupakan salah satu hasil produksi masyarakat yang hampir semua kalangan mengemarin produk tersebut. Keripik merupakan Salah satu produk Usaha kecil dan menengah (UKM) menjadi primadona semua kalangan, baik tua, muda, laki-laki maupun

⁶⁰ Suryani, Tatik. 2008. Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.h. 170

perempuan. Keripik dengan aneka macam rasa gurih, manis, asin bahkan ada berbagai macam rasa sangat cocok menemani dicelah-celah kesibukan beraktifitas masyarakat.

Keripik yang dulunya hanya dibuat secara tradisional, namun saat ini proses pembuatan dan pengelolaannya sudah moderen, banyak pengusaha sudah menggunakan tenaga mesin sehingga hasilnya jauh lebih banyak daripada sistem tradisional yang dulu. Juga lebih epektif dan berkualitas dari segi mutu. Tidak hanya sampai disana saja, inovasi produkpun bertambah baik. Dulu dari segi rasa keripik hanya dapat dirasakan rasa asin saja, namun sekarang ini parian rasa sudah banyak pariasinya seperti Asin, Keju, Susu, Manis, Mocca, Coklat, Balado, Melon, Durian, Stroberry dan lain sebagainya.

Dengan begitu pesatnya perkembangan, dan tingginya permintaan pasar terhadap keripik, tidak jarang ada oknum yang nekat berbuat menghalalkan segala macam cara, demi kelancaran usahanya. Seperti membuat label halal palsu dengan menempelkan tulisan logo halal yang tidak resmi pada produk, atau memberikan bahan campuran yang haram pada bahan bakunya. Hal ini tentu sangan melanggar aturan syariat Islam dan perundang-undangan di Indonesia.

Berikut beberapa proses yang baik dan benar sebagai acuan atau tolak ukur kehalalan suatu produk diantaranya :

1) Proses pembuatan

Proses pembuatan atau proses produksi suatu perusahaan yang sudah menggunakan label halal hendaknya harus tetap menjaga hal-hal sebagai berikut :⁶¹

- a) Binatang yang hendak dibersihkan, hendaknya binatang yang sudah di sembelih.
- b) Bahan campuran yang digunakan dalam proses produksi tidak terbuat dari barang-barang atau bahan yang haram dan turunannya.
- c) Air yang digunakan untuk membersihkan bahan hendaknya airmutlak atau bersih dan mengalir.
- d) Dalam proses produksi tidak tercampur atau berdekatan dengan barang atau bahan yang najis juga haram.

2) Bahan baku utama.

Bahan baku produk adalah bahan utama yang digunakan dalam kegiatan proses produksi, baik berupa bahan baku, bahan setengah jadi maupun bahan jadi. Sedangkan bahan tambahan produksi adalah bahan yang tidak digunakan sebagai bahan utama yang ditambahkan dalam proses teknologi produksi.

- 1) Bahan pembantu atau bahan penolong.
- 2) Bahan pembantu adalah bahan yang tidak termasuk dalam katagori bahan baku ataupun bahan tambahan yang berpungsi

⁶¹..... Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.hal.171

untuk membantu mempercepat atau memperlambat proses produksi.

3) Efek.

Makan yang halal tidak boleh terlepas dari tujuan syari'at islam yaitu mengambil maslahat dan menolak mudharat atau bahaya. Jika menurut kesehatan, suatu jenis makanan dapat membahayakan jiwa, maka makan tersebut haram dikonsumsi. Sertifikasi dan labelisasi halal bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen, serta meningkatkan daya saing produk dalam negeri dalam rangka meningkatkan pendapatan Nasional. Tiga sasaran utama yang ingin dicapai adalah.⁶²

- a. Menguntungkan konsumen dengan memberikan perlindungan dan kepastian hukum.
- b. Menguntungkan produsen dengan peningkatan daya saing dan omset produksi dalam penjualan.
- c. Menguntungkan pemerintah dengan mendapatkan tambahan pemasukan terhadap kas Negara.⁶³

⁶² 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

⁶³-----"Sertifikasi dan Labelisasi Produk Pangan Halal dalam Rangka Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia", Jurnal--Istinbath, No. 1 Vol. 3 Desember 2005, hlm. 49

C. Manfaat dan dasar hukum produk halal

1. Manfaat mengonsumsi produk halal

Dalam proses metabolisme tubuh, makanan yang dikonsumsi sangat menentukan energi dan kesehatan tubuh. Oleh sebab itu setiap apa yang dikonsumsi akan membentuk sel-sel darah yang positif manakala makanan yang dikonsumsi itu baik. Sehingga pada akhirnya akan melahirkan jiwa yang kuat. Beberapa manfaat ketika tubuh mengonsumsi makanan yang baik diantaranya:

a. Membentuk jiwa yang sehat dan kuat

Makanan yang dikonsumsi sangat menentukan energi dan kesehatan tubuh. Sedangkan dari sisi Agama, kehalalan makanan yang dikonsumsi merupakan hal pokok yang sangat prinsip. Sebagai kewajiban agama yang telah diperintahkan Allah didalam Al-qur'an, maupun Hadis Nabi SAW, dan menentukan keselamatan hidup manusia, didunia dan di akhirat.

b. Mendapatkan keberkahan

Pada prinsipnya, dalam mencari keberkahan hidup tidak hanya pada sikap dan tingkahlaku yang baik saja, lebih dari itu keberkahan bisa di dapat melalui makanan dan minuman yang kita masukan kedalam tubuh atau yang kita konsumsi dengan diawali berdo'a kepada Allah SWT. lebih dari itu, mkanan yang dikonsumsi merupakan makan yang baik lagi halal.

Dengan demikian, maka sebagai muslim kita harus berusaha mencari rezeki yang halal, dan mengkonsumsi Nya dengan cara yang baik dan benar supaya mendapatkan keberkahan. Karena demikianlah perintah Allah SAW dalam ayat-ayatnya dan perintah Rasul saw. dalam hadits-haditsnya. Allah SWT menjelaskan dalam surat al-Baqoroh/2:168 berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu.” (QS. Al-Baqarah: 168).⁶⁴

c. Mendapatkan keamanan dan kedamaian hidup

Cara mendapatkan rezeki yang halal ini tentu harus dipahami, dihayati dan diamalkan sepenuh hati seluruh anggota masyarakat. Sehingga semua perbuatan yang dilarang agama ditinggalkan penuh secara *kaffah*. Tidak ada tipu-menipu, tidak berbuat curang, korupsi, suap-menyuap, mencuri, merampok dan berbagai tindakan kriminal lainnya. Termasuk juga penyalahgunaan jabatan dan wewenang, misalnya. Sebab semua perbuatan pidana itu merupakan pangkal konflik, menimbulkan keresahan bahkan kekacauan dalam kehidupan social.

⁶⁴<https://tafsirweb.com/650-quran-surat-al-baqarah-ayat-168.html>

Dengan demikian jelas, konsumsi yang halal secara komprehensif memiliki pengertian dan cakupan yang sangat luas. Seluas kehidupan kita di dunia ini. Sehingga jelas pula hasilnya, konsumsi yang halal akan dapat membentuk kehidupan masyarakat yang aman dan damai.

2. Dasar hukum produk halal

Prinsip pertama yang ditetapkan Islam adalah bahwa pada dasarnya segala sesuatu yang diciptakan Allah itu halal dan mubah, tidak ada yang haram, kecuali jika ada *nash* (dalil) yang *shahih* (tidak cacat periwayatannya) dan *sharih* (jelas maknanya) yang mengharamkan.⁶⁵ Para ulama, dalam menetapkan segala sesuatu asalnya boleh, merujuk kepada Al-Quran surat al-Baqarah /2: 168 berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya:

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”⁶⁶

Pada surat al-ma'idah/5: 96 sebagai berikut :

إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَالَّذِينَ هَادُوا وَالصَّابِقُونَ وَالنَّاصِرِينَ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَعَمِلَ صَالِحًا فَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ

Artinya :

“Dihalalkan bagimu hewan buruan laut dan makanan (yang berasal) dari laut sebagai makanan yang lezat bagimu, dan bagi orang-orang yang dalam perjalanan; dan diharamkan atasmu (menangkap) hewan darat, selama kamu sedang ihram. Dan

⁶⁵ Yusuf Qardawi, Halal..., 36.

⁶⁶ Al-qur'an <https://quranchat.me> +62 8999900-411

bertakwalah kepada Allah yang kepada-Nya kamu akan dikumpulkan (kembali)”...(al-Maidah : 96)⁶⁷

Pada dasarnya semua makanan dan minuman yang berasal dari tumbuh-tumbuhan, sayur-sayuran, buah-buahan dan hewan adalah halal, kecuali yang beracun dan membahayakan nyawa manusia. Para ulama sepakat bahwa semua makanan dan minuman yang ditetapkan al-Qur'an keharamannya adalah haram hukum memakannya, baik banyak maupun sedikit.⁶⁸

Kajian ini diperkuat dalam al-qur'an surat an-Nahal 16/114:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya:

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.” (An-Nahal : 114)⁶⁹

Ayat ini memerintahkan bahwa, setiap apa yang dikonsumsi harus produk-produk yang halal lagi baik. Tidak dianjurkan mengonsumsi makanan yang tidak halal dan tidak baik bagi kesehatan tubuh manusia. Makanan yang baik tentu makanan yang sudah teruji statusnya juga sudah terdaftar di BPJPH.

D. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

1. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Di Indonesia, definisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008

⁶⁷ -----, Al-qur'an <https://quranchat.me> +62 8999900-411

⁶⁸ Yusuf Qardawi, Halal, h. 37.

⁶⁹ -----, Yusuf Qardawi, halal, h, 381.

tentang UMKM.⁷⁰ Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.⁷¹ Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.⁷²

Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.⁷³

Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

⁷⁰Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009), hal.16

⁷¹ -----, *UMKM di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), hal. 17

⁷² -----, *UMKM di Indonesia*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009), hal.18

⁷³ -----, *UMKM di Indonesia*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009), hal.19

- a. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
- b. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000, dan.
- c. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.⁷⁴

Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintahan seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini juga menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Misalnya menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang, usaha kecil antara 5 sampai 19 pekerja, dan usaha menengah dari 20 sampai dengan 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori usaha besar.

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan

⁷⁴ Undang-Undang Nomor tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6.

terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara.⁷⁵

Usaha Kecil dan Menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan

⁷⁵ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*, (Jakarta: LP3ES, 2012), hal. 11

usaha yang berdiri sendiri⁷⁶. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

Beberapa keunggulan UKM terhadap usaha besar antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Inovasi dalam teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
- b. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
- c. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.
- d. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan besar yang pada umumnya birokrasi.
- e. Terdapatnya dinamisme manajerial dan peran kewirausahaan.⁷⁷

2. Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:

⁷⁶<https://endah240395.wordpress.com/2020/12/22/makalah-umkm/> diakses pada 22 desember, pukul 19.15 WIB

⁷⁷ Tiktik Sartika Partomo&Abd. Rachman Soejoedono, “Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi”, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), hal. 13

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)⁷⁸
- b. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni:
- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki,

⁷⁸ -----, "Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi", (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), hal. 14

dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta`rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).⁷⁹

d. Peranan UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi

Diakui, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang, tetapi juga di negara-negara maju.

Di negara maju, UMKM sangat penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar, seperti halnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar.⁸⁰

e. Kekuatan dan kelemahan UMKM

⁷⁹ Tulus Tambunan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia, hal 12

⁸⁰ -----, Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia, hal 13

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:

- 1) Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia.
- 2) Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru.
- 3) Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar.
- 4) Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil samping dari industri besar atau industri yang lainnya.
- 5) Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait. Kelemahan, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan dari Usaha Mikro terdiri dari dua faktor:

- a) Faktor Internal

Faktor internal, merupakan masalah klasik dari UMKM yaitu diantaranya:

- 1) Masih terbatasnya kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM).
- 2) Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha Industri Kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam pemasarannya, khususnya dalam Informasi Pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja.
- 3) Kecenderungan konsumen yang belum mempercayai mutu produk Industri Kecil.
- 4) Kendala permodalan usaha sebagian besar Industri Kecil memanfaatkan modal sendiri dalam jumlah yang relatif kecil.

b) Faktor eksternal

Faktor eksternal merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dan pembina Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih.

Dari kedua faktor tersebut muncullah kesenjangan diantara faktor internal dan eksternal, yaitu disisi perbankan, BUMN dan lembaga pendamping lainnya

sudah siap dengan pemberian kredit, tapi UMKM mana yang diberi, karena berbagai ketentuan yang harus dipenuhi oleh UMKM.

Disisi lain UMKM juga mengalami kesulitan mencari dan menentukan lembaga mana yang dapat membantu dengan keterbatasan yang mereka miliki dan kondisi ini ternyata masih berlangsung meskipun berbagai usaha telah diupayakan untuk memudahkan bagi para pelaku UMKM meperoleh kredit, dan ini telah berlangsung 20 tahun.⁸¹

Pola yang ada sekarang adalah masing-masing lembaga yang memiliki fungsi yang sama tidak berkoordinasi tapi berjaan sendiri-sendiri, apa itu perbankan BUMN, Departemen, LSM, Perusahaan Swasta. Disisi lain dengan keterbatasannya. UMKM menjadi penopang roda perekonomian pada kenyataan.

E. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian merupakan alur yang akan peneliti lakukan sebagai dasar penelitian. Dengan beranekaragam makanan yang ada keripik merupakan salah satu pilihan konsumen, dan keripik merupakan makanan ringan (*Snack*), dimasyarakat. Tidak jarang produsen menggunakan strategi-strategi yang membuat pelanggannya tertarik untuk menggunakan produknya agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Salah satu strategi yang

⁸¹ -----, Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia, hal 16

dianggap jauh lebih unggul adalah dengan mencantumkan label halal pada kemasan produk.

Di samping itu ada beberapa macam label secara spesifik yang mempunyai pengertian berbeda antara lain:

1. Label produk (*product label*) adalah bagian dari pengemasan sebuah produk yang mengandung informasi mengenai produk atau penjualan produk.
2. Label merek (*brand label*) adalah nama merek yang diletakkan pada pengemasan produk.
3. Label tingkat, mengidentifikasi mutu produk, label ini biasa terdiri dari huruf, angka atau metode lainya untuk menunjukkan tingkat kualitas produk.
4. Label diskriptif (*descriptive label*) mendaftarkan isi, menggambarkan pemakaian dan mendaftarkan ciri-ciri produk yang lainnya. Pemberian label (*labeling*) merupakan elemen produk yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen.⁸²

Secara umum label dapat didefinisikan atas beberapa bagian, yaitu :

1. *Brand label* adalah label yang semata-mata sebagai *brand*. Misalnya pada kain atau tekstil, kita dapat mencari tulisan berbunyi: “*sanforized, berkolin, tetoron*”, dan sebagainya. Nama-nama tersebut digunakan oleh semua perusahaan yang memproduksinya. Selain *brand label* ini, masing-

⁸² Angipora, Marinus, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h.192

masing perusahaan juga mencantumkan merk yang dimilikinya pada tekstil yang diproduksi.

2. *Grade label* adalah label yang menunjukkan tingkat kualitas tertentu dari suatu barang. Label ini dinyatakan dengan suatu tulisan atau kata-kata.
3. Label Descriptif (*Descriptive Label*) adalah merupakan informasi obyektif tentang penggunaan, konstruksi, pemeliharaan penampilan dan ciri-ciri lain dari produk.⁸³

Disamping itu ada beberapa tujuan dalam memberikan label pada produk diantaranya:

1. Memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan.
2. Berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik.
3. Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum.
4. Sarana periklanan bagi produsen.
5. Memberi rasa aman bagi konsumen.⁸⁴

Bagi konsumen, label mempunyai peranan yang sangat penting, setidaknya ada tiga hal pokok yang mendasarinya yaitu:

⁸³ -----, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h.193

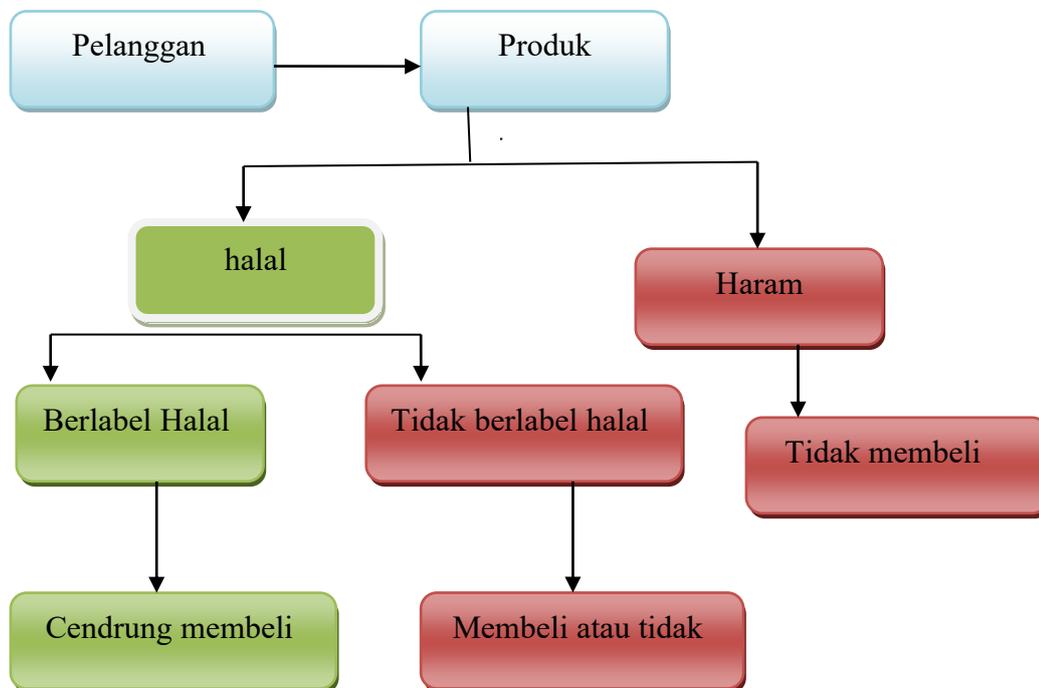
⁸⁴ Angipora, Marinus, *Dasar-Dasar Pemasaran*, h.193

1. Informasi yang dibutuhkan sebagai pertimbangan untuk membeli atau tidak produk tertentu.
2. Dengan pengetahuan tersebut, konsumen dapat menentukan, memilih satu produk atas produk sejenis lainnya.
3. Dengan informasi yang benar dan lengkap, konsumen juga dapat terhindar dari kemungkinan gangguan keamanan dan keselamatan konsumsinya, bila produksi bersangkutan tidak cocok untuk dirinya atau mengandung suatu zat yang membahayakan.⁸⁵

Pada penelitian ini, alur dari penelitian dapat di pahami pada alur bagan pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel: 3

Alur penelitian

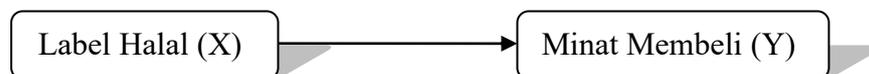


⁸⁵ -----, Angipora, Marinus, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Bandung. h.194

Pada penelitian ini peneliti hanya berfokus pada penelitian yang berkaitan dengan label halal (X), dan minat membeli konsumen pada produk makanan ringan yaitu keripik pisang tunas di Metro Timur Kota Metro (Y). Maka dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel: 4

Kerangka penelitian



Pada tabel 4 menggambarkan alur dalam penelitian yang akan diteliti.

F. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pikir dapat ditarik hipotesis sementara bahwa label halal berpengaruh positif terhadap Minat membeli konsumen pada produk Keripik Pisang Tunas di Metro Timur Kota Metro.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Rancangan penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif atau disebut dengan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan obyek sesuai apa adanya".⁸⁶ Sedangkan Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk menguji suatu teori dan menyajikan suatu fakta, untuk menunjukkan hubungan antar variabel bebas terhadap variabel terikat, dan adapula yang bersifat mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman serta dalam ilmu-ilmu alam maupun ilmu-ilmu sosial.⁸⁷ Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antara variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal dan dirancang sematang mungkin sebelumnya. Desain bersifat spesifik dan detail karena desain merupakan suatu rancangan penelitian yang akan dilaksanakan sebenarnya.⁸⁸

Pada pendekatan ini lebih memberikan kebebasan kulturalnya, dan berpijak pada apa yang disebut dengan fungsionalisme struktural,

⁸⁶ Sukardi, Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Prakteknya. Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hal. 157.

⁸⁷ Bambang Prasetyo, Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi, (Jakarta: Raja Grafindo Persada), h. 24.

⁸⁸ Ahmad Tanzeh, Metodologi Penelitian Praktis. (Yogyakarta :Teras, 2011). Hal. 10

realisme, yang intinya menekankan pada hal-hal yang bersifat kongkrit dan fakta-fakta yang nyata. Adapun variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas (X) adalah Label halal sedangkan variabel terikat (Y) yaitu minat membeli konsumen pada produk Keripik pisang Tunas di Metro Timur Kota Metro.

Sedangkan jenis dari penelitian deskriptif kuantitatif adalah, penelitian korelasi sebab akibat, dimana peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh Label halal terhadap minat membeli konsumen terhadap produk Keripik Pisang Tunas di Metro Timur Kota Metro.

Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian paling sederhana dibandingkan dengan penelitian-penelitian yang lain. Karena dalam penelitian ini, peneliti tidak melakukan apa-apa terhadap objek atau wilayah yang diteliti. Ini artinya bahwa dalam penelitian, peneliti tidak mengubah, menambah, atau mengadakan manipulasi terhadap objek atau wilayah penelitian.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Untuk itu, penelitian ini mengukur variabel-variabel yang ada dengan mewujudkannya dalam bentuk nilai atau angka. Angka-angka tersebut selanjutnya di analisis hubungannya antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Data dari responden yang sifatnya kualitatif akan dinyatakan dalam bentuk angka sehingga dapat diolah secara statistik hubungan atau pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

2. Wilayah penelitian

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah konsumen UMKM keripik pisang tunas, di Jalan Mujair No. 27 kelurahan Yosodadi 21 polos Kecamatan Metro Timur, Kota Metro.

Keragaman konsumen yang ada di UMKM keripik pisang tunas yang berlokasi di jalan Mujair No. 27 Kelurahan Yosodadi 21 polos Metro Timur Kota Metro, beraneka macam suku dan kepercayaan. Menjadikan gaya tarik tersendiri bagi peneliti untuk mengkaji lebih dalam dan menempatkan penelitian ini pada konsumen yang notabennya sering melakukan transaksi pembelian produk *Home Industri Keripik Pisang Tunas*.⁸⁹

Menurut Bapak Bambang, selaku pemilik perusahaan Keripik Pisang Tunas, awal merintis beliau mengelontorkan biaya sebesar Rp.500.000., (lima Ratus Ribu Rupiah) untuk dibelikan bahan baku, kemudian dipasarkan pada tetangga-tetangga sekitar saja, namun hasil yang didapat cukup baik. Melihat respon cukup baik tersebut, maka Bapak Bambang berniat untuk memfokuskan bisnisnya dibidang kuliner yaitu keripik, dan meninggalkan aktivitas rutinya sebagai supir agkot kota.

Dengan seringnya mengikuti pelatihan-pelatihan dibidang kuliner, bapak Bambang dengan dibantu oleh Isrinya terus memperbaiki sistem produksi, perizinan, dan lain-lain. Diharapkan kedepannya akan mendapatkan omsent yang lebih baik juga bisa bermanfaat bagi

⁸⁹ Hasil observasi lapangan selama 1 bulan, dimulai bulan Agustus-september 2021.

masyarakat sekitar. Salah satu capaian yang didapat hasil kerja keras bersama keluarga, saat ini beliau bisa mempekerjaakan 8 karyawan, dimasa sbelum pandemi beliau sempat mempunya sebanyak 15 kartawan, namun beberapa karyawan sempat diistirahatkan disebabkan turunnya permintaan pelanggan terhadap produk.

Dimasa sebelum pandemik bapak Bambang kebanjiran pesanan dari dalam maupun luar kota, sehingga tenaga yang dibutuhkan juga bertambah, hampir setiap harinya beliau harus melayani lebih dari 80-100 pelanggan. Namun dimasa pandemik semua berubah lebih dari 50% penurunan omset, dikarnakan turunnya permintaan. Saat ini bapak Bambang selaku pemilik perusahaan hanya mampu melayani dengan rata-rata 50 konsumen saja perhari.

Juga tidak kala pentingnya dari sisi kualitas dan kuantitas produk, keripik pisang tunas sudah bersertifikat halal MUI resmi. Menurut Bapak Bambang “memang sangat terasa perbedaannya, ketika produk kita sudah bersertifikat halal dan belum bersertifikat halal”.⁹⁰ Tambah beliau, produk saya tidak bisa masuk sualayan jika tidak ada label halal. Selama dua tahun dari awal merintis produk saya tidak memiliki sertifikat halal, selama itu pula pembeli-pembeli kita hanya di sekitaran metro saja, paling jauh dari lampung timur, ucap beliau. Jadi begitu pentingnya label halal, label halal bukan hanya pormalitas, lebih dari itu label halal menjadi promotor dan daya tarik tersendiri terhadap sebuah produk.

⁹⁰ Wawancara langsung kepada Bapak Bambang, tanggal 25 Mei 2021. 10.30 wib.

B. Populasi, Pampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Muhammad Teguh berpendapat bahwa yang dimaksud dengan populasi adalah menunjukkan keadaan dan jumlah objek penelitian secara keseluruhan yang memiliki karakteristik tertentu.⁹¹ Populasi merupakan keseluruhan obyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.⁹²

Dalam penelitian ini populasi yang diambil merupakan konsumen Keripik Pisang Tunas Metro Timur Kota Metro. Berdasarkan hasil Observasi dan wawancara pada pemilik usaha bapak Bambang pada tanggal 10 Oktober 2021 sampai dengan tanggal 21 Oktober 2021.

Namun sebelumnya peneliti sudah melakukan observasi kepada beberapa UMKM yang ada di Kota Metro, untuk mengetahui tempat yang tepat dalam melakukan penelitian. Akhirnya peneliti memutuskan untuk menetapkan tempat penelitian pada salah satu UMKM yang berada di Metro Timur yaitu Keripik Pisang Tunas. Dilihat UMKM tersebut lebih banyak di kunjungi konsumen dibanding Industri Rumah Tangga lainnya. Sampai saat ini UMKM tersebut masih tetap bertahan walau dimasa-masa pandemik sekarang ini.⁹³

⁹¹ Muhammad Teguh, Metodologi Penelitian Ekonomi, Ed. I, Cet.II; Jakarta: Grafindo Persada, 2001. h.125

⁹² Nanang Martono, Metode Penelitian Kuantitatif. (Jakarta : Rajawawi Pers), hal. 66

⁹³ Wawancara langsung kepada pemilik umkm Bapak Bambang dilokasi tempat produksi Keripik Pisang Tunas. Tgl.25 Agustus 2021. Jam 10.25 Wib.

Dari hasil wawancara kepada bapak Bambang selaku pemilik UMKM Keripik pisang tunas rata-rata dalam satu hari masih dapat melayani 50 konsumen dimasa pandemik saat ini.⁹⁴Jika dimasa yang normal bisa menembus 60-80 konsumen yang datang membeli produk keripik. Dengan menurunnya jumlah permintaan dimasa pandemik bapak Bambang menurunkan sistem produksi, hari normal beliau memproduksi setiap hari, namun di masa pandemik saat ini, Bapak Bambang hanya mampu memproduksi tiga hari sekali.

Walaupun produksi yang dilakukan hanya tiga kali dalam satu minggu, namun Bapak Bambang masih dapat melayani permintaan konsumen dengan rata-rata dalam satu hari berjumlah 50 orang. Dari populasi 50 konsumen peneliti mengalikan selama 25 hari kerja, maka didapat hasil berjumlah 1.250 populasi.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pada penelitian ini peneliti mendapat 1.250 populasi. Apabila populasi yang didapat terlalu besar, maka tidak mungkin akan dilakukan penelitian. Dikarnakan keterbatasan tenaga, biaya dan waktu Maka peneliti tidak akan mempelajari semua, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi.⁹⁵

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Dengan sistem membuat kuesioner kemudian di

⁹⁴Wawancara langsung kepada pemilik Industri Rumah Tangga “Keripik Pisang Tunas” . Bapak Bambang, 8 Nopember 2021 jam 10.15-11.30 wib

⁹⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, h. 81

sebarakan kepada jumlah sampel yang didapat. Untuk mendapatkan sampel yang menjadi bahan utama penelitian ini, peneliti menggunakan rumus dengan presesi sebesar 10% sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2+1}$$

Keterangan :

n: Jumlah sampel yang dicari

N: Jumlah populasi

d: Nilai Presesi 10%

$$n = \frac{1.250}{1250(0,1)^2+1}$$

$$n = \frac{1.250}{13,5}$$

$$n = 92,59$$

Maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 92,59 sampel, dan dibulatkan berjumlah 93 sampel.

3. Tehnik Sampling

Teknik sampling merupakan metode atau cara menentukan sampel dan besaran suatu sampel. Teknik pengambilan sampling adalah suatu cara mengambil sampel yang Representative dari populasi.⁹⁶ Representative maksudnya sampel yang diambil benar-benar mewakili dan menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. Untuk menentukan besarnya sampel yang dapat diambil dari populasi yang ada, kita dapat menggunakan teknik sampling yang ada. Untuk menentukan sebagian

⁹⁶ ----- Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, h. 72

yang dapat mewakili populasi dibutuhkan suatu cara yang disebut sampling.

Menurut W. Gulo, sampling adalah pengambilan sampel dari suatu populasi.⁹⁷ Cara yang ditempuh untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan random sampling. Random sampling adalah setiap unsur dari keseluruhan populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih.⁹⁸

Dalam penelitian ini dari hasil perhitungan populasi sampai penentuan untuk mendapatkan sampel, yang mewakili dari 1.250 populasi, terdapat 93 sampel yang dianggap mewakili Populasi.

C. Variabel dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Merupakan kegiatan pengujian hipotesis, yaitu menguji kecocokan antara teori dan fakta empiris di dunia nyata. Variabel merupakan pengelompokan secara logis dari dua atau lebih atribut dari objek yang diteliti. Secara teoritis, variabel didefinisikan sebagai apapun yang dapat membedakan atau orang yang sama, ataupun pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda.

Sedangkan variabel dalam penelitian kuantitatif dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

- a. Variabel bebas (*Independence Variable*) merupakan sebab yang diperkirakan dari beberapa perubahan dalam variabel terikat, biasanya

⁹⁷ W. Gulo, Metodologi Penelitian, Jakarta: Grasindo, 2002, hal. 78

⁹⁸ S. Nasution, Metode Research: Penelitian Ilmiah, Jakarta: Bumi Aksara, 2009, hal. 88

dinotasikan simbol X. Dengan kata lain, variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Variabel Independent adalah Label Halal.

- b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) Variabel terikat merupakan faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain, biasa dinotasikan dengan Y. Dengan kata lain, variabel terikat inilah yang sebaiknya kita kupas tuntas pada latar belakang penelitian. Berikan porsi yang lebih dalam membahas variabel terikat daripada variabel bebasnya karena merupakan implikasi dari hasil penelitian.⁹⁹ Variabel terikat yaitu minat membeli Konsumen.

2. Depenisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberi arti, atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut:

Tabel : 5

Definisi Operasional Penelitian

No.	NAMA VARIABEL	DEFINISI VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER
1	Label halal	label halal adalah	1. Gambar	Peraturan

⁹⁹ Juliansyah Noor, Metodologi Penelitian, Jakarta: Prenada Media, 2011, h. 48

		<p>penanda atau informasi, bahwa produk yang dihasilkan oleh industri memenuhi ukuran dan standar syariat, suci zatnya dari hal-hal yang tercemar, begitu pula prosesnya tidak terkontaminasi dengan hal-hal yang secara syariat terlarang.</p>	<p>2. Kombinasi gambar dan tulisan.</p> <p>3. Menempel pada kemasan.</p>	<p>Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021</p>
2	Minat Membeli.	<p>Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk.</p>	<p>1. Pilihan produk</p> <p>2. Waktu pembelian</p> <p>3. Frekuensi pembelian</p>	<p>Devi Indrawati (2015)</p>

D. Metode Pengumpulan Data

Metode atau teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada setiap penelitian Ilmia. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini ada dua diantaranya adalah:

1. Kuesioner atau Angket

Kuisisioner adalah serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian disebarakan kepada para responden untuk diisi. Adapun kuisisioner dalam penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data, sebagai sumber data utama yang terdiri dari serangkaian pernyataan yang menggunakan skala *likert*. Pengertian skala *likert* disini menurut Kinner, skala *likert* ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap responden terhadap sesuatu, misalnya Sangat Setuju (SS) dengan skor nilai lima. Setuju (S) dengan skor nilai empat, Kurang Setuju (KS) dengan skor nilai tiga. Tidak Setuju (TS) dengan skor nilai dua. Sangat Tidak Tatuju(STS) dengan skor nilai satu, begitupun sebaliknya.

Sistem penyebaran pernyataan kuisisioner dengan menggunakan aplikasi *wahatsApp* Autodengan jejaring *internet*, aplikasi ini dianggap lebih efisien dibanding menggunakan sistem lainnya. Seperangkat pernyataan di input kedalam *spreadsheety* yang sudah di *linkkan* ke *wahatsApp*(WA) standar, sehingga ketika responden membalas dengan mengetik salah satu nomor pernyataan kuisisioner, secara otomatis, soal

pernyataan kuesioner langsung tampil dilayar handphone responden dan responden cukup menjawab SS, S, KS, TS, atau STS.

Dengan demikian hasil dari kuesioner lebih efisien dan lebih baik. Cara ini tidak terlalu banyak menyita waktu responden untuk menjawab serangkain pernyataan yang diajukan peneliti.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih akurat dan sesuai dengan masalah penelitian. Dokumentasi ini digunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang terkait dengan data sumber dokumentasi dalam penelitian ini seperti jumlah konsumen Keripik Pisang Tunas Metro Timur Kota Metro. Artikel, jurnal, buku-buku yang terkait dengan penelitian, surat kabar, majalah, internet dan sumberlainya.¹⁰⁰

E. Instrumen penelitian

Penelitian pada dasarnya adalah suatu proses atau tahap melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Oleh karena itu, alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian, yang digunakan untuk mengukur fenomena sosial yang menjadi variabel penelitian.¹⁰¹ Instrumen penelitian berguna sebagai fasilitas untuk menyimpulkan data agar pekerjaan menjadi mudah, hasilnya lebih baik dalam

¹⁰⁰ Burhan Bungin, metodologi penelitian kuantitatif, hlm. 94-95

¹⁰¹ Sugiyono, Statistika untuk Penelitian (Cet. XXVI; Bandung: Alfabeta, 2008), h. 260.

arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga mudah diolah serta data dan informasi dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket/kuesioner. Hal ini disesuaikan dengan metode pengumpulan data yang digunakan, yakni metode angket (*questionnaire*). Metode ini dapat menggunakan jenis instrumen penelitian berupa angket (*questionnaire*), daftar cocok (*check list*), skala (*scala likert*), dan inventori (*inventory*).¹⁰²Di antara jenis-jenis instrumen penelitian kuantitatif yang ada, yang dianggap paling cocok untuk penelitian ini adalah Angket atau Kuesioner.

F. *Validitas dan Reliabilitas*

Untuk memenuhi kriteria sebuah penelitian yang dianggap sebagai penelitian ilmiah, kecermatan pengukuran sangat diperlukan. Ada dua syarat utama yang harus dipenuhi oleh alat ukur untuk memperoleh suatu pengukuran yang cermat, yaitu Validitas dan Reliabilitas.

1. Validitas

Validitas artinya alat ukur yang digunakan dalam pengukuran, dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas dimaksudkan untuk menguji ketepatan item-item dalam kuesioner, apakah item-item yang ada mampu menggambarkan dan menjelaskan variable yang diteliti.

Jadi validitas adalah seberapa jauh alat dapat mengukur hal atau subjek yang ingin diukur. Validitas diusahakan dengan pikiran logis,

¹⁰² Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (jakarta :RinekaCipta. 2010) h. 102.

meminta pendapat orang yang ahli, menggunakan kelompok yang telah diketahui sifatnya, kriteria independen. Item yang digunakan dalam penelitian ini untuk selanjutnya diuji reliabilitasnya.

2. Reliabilitas

Reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya, yaitu apabila alat ukur digunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lain tetap memberikan hasil yang sama. Jadi reliabilitas adalah seberapa jauh konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama.

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Tehnik pengelolaan data penelitian

Pengolahan data adalah suatu proses untuk mendapatkan data dari setiap variabel penelitian yang siap dianalisis, sehingga diperoleh data yang lengkap dari masing-masing obyek untuk setiap variabel yang diteliti.

Pengolahan data meliputi sebagai berikut:

a) Editing

Editing adalah pengecekan atau pengoreksian data yang telah terkumpul, tujuannya untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan dilapangan dan bersifat koreksi.

b) *Coding* (Pengkodean)

Coding adalah pemberian kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam katagori yang sama. Kode adalah isyarat yang

dibuat dalam bentuk angka atau huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau data yang akan dianalisis.

c) Tabulasi

Tabulasi adalah pembuatan tabel-tabel yang berisi data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Dalam melakukan tabulasi diperlukan ketelitian agar tidak terjadi kesalahan.

Tabel hasil Tabulasi dapat berbentuk:

a. Tabel pemindahan

Tabel pemindahan adalah tabel yang dapat memindahkan kode-kode dari kuesioner, tabel ini berfungsi sebagai arsip.

b. Tabel biasa

Tabel biasa merupakan yang disusun berdasarkan sifat responden tertentu dan tujuan tertentu.

c. Tabel analisis

Tabel yang memuat suatu jenis informasi yang telah dianalisis.

2. Analisis data penelitian

Analisis data ialah proses mengolah data dan menginterpretasikan hasil pengelolaan data.¹⁰³ Dalam menganalisis data penelitian, teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif presentase, uji prasyarat, analisis regresi linear sederhana, dan uji hipotesis. Selengkapnya dapat dipaparkan sebagai berikut:

¹⁰³ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution) : Untuk Analisis Data dan Uji Statistic*, Cet. II ; Yogyakarta : MediaKom, 2008 h. 10

a) Deskriptif Presentase

Metode ini digunakan untuk memberikan gambaran terhadap karakteristik responden yang dijadikan sebagai sampel dan juga untuk mendeskripsikan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, agar lebih mudah memahaminya sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku secara umum. Untuk mengetahui lembaran data responden, deskriptif persentase yang digunakan adalah deskriptif numerik. Langkah-langkah yang ditempuh dalam menggunakannya adalah sebagai berikut:

- 1) Membuat tabel distribusi untuk data responden
- 2) Menentukan jawaban responden dengan jadwal yang telah ditetapkan
- 3) Menjumlah jawaban yang diperoleh dari tiap-tiap responden
- 4) Memasukan jawaban tersebut kedalam rumus.¹⁰⁴

b) Uji Prasyarat

Dalam analisis regresi terdapat uji prasyarat yang harus dipenuhi agar analisis tersebut merupakan yang terbaik dan tidak bias. Uji prasyarat tersebut adalah sebagai berikut:

1) Uji Asumsi klasik

Sebelum dilakukan pengujian analisis regresi linier sederhana terhadap hipotesis, maka terlebih dahulu perlu dilakukan uji

¹⁰⁴ W. Gulo, Metode Penelitian, h. 186

asumsi klasikdahulu atas data yang akan diolah diantaranya sebagai berikut:

a) Uji Normalitas

Uji Normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data untuk semua variabel dalam penelitian ini mengikuti pola distribusi normal ataukah tidak dan data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika datanya berdistribusi normal maka bisa menggunakan metode analisis statistik parametrik, tetapi jika datanya tidak berdistribusi normal maka menggunakan metode statistik non parametrik. Pengujian normalitas dilakukan dengan teknik *Kolmogorov-Smimov* yang didukung dengan grafik *P-Plot of Regression Standardized Residual* dan *Jarque-Bera* dengan kriteria untuk nilai signifikansinya $> 0,05$. Jika $> 0,05$ data berdistribusi normal, jika $< 0,05$ data tidak berdistribusi normal.¹⁰⁵

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikoliearitas, yaitu adanya hubungan linier antara variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinieritas. Jika

¹⁰⁵ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution): Untuk Analisis Data dan Uji Statistic*, h. 28

terjadimultikolinieritas maka koefisien regresi tidak dapat ditentukan dan standar error yang ada tidak dapat di definisikan dengan jelas.Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai *tolerance value* > 0,05 atau VIF < 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas. Bila terjadi multikolinieritas, maka salah satu cara yang dilakukan adalah membuang salah satu variabel independen.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik *plot*, uji *park*, uji *glejser*, dan uji *white*.

Pengujian pada penelitian ini menggunakan Grafik *Plot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

2) Uji linieritas regresi

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Jika data berbentuk linear, maka penggunaan analisis regresi linear sederhana pada pengujian hipotesis dapat dipertanggungjawabkan akan tetapi jika tidak linear maka harus digunakan analisis regresi non linear. Untuk memastikan data bersifat linear atau tidak, yaitu dengan melihat nilai signifikansi *linearity*.

Apabila $< 0,05$ (*Deviation from Linearity* $> 0,05$), hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen bersifat linear, jika $> 0,05$ (*Deviation from Linearity* $< 0,05$), hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen bersifat tidak linear.¹⁰⁶

c) Regresi Linieritas Sederhana

Adapun tujuan analisis regresi linier sederhana adalah untuk mengetahui ada dan tidaknya pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y). Dalam hal ini variabel (X) label halal dan variabel (Y) minat membeli.

Ketentuan untuk mengetahui nilai signifikasinya, jika nilai signifikansi < 0.05 maka hasilnya dinyatakan berpengaruh terhadap variabel (Y), jika nilai signifikasinya > 0.05 , maka hasilnya dinyatakan tidak berpengaruh.

¹⁰⁶ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution) : Untuk Analisis Data dan Uji Statistic*, h. 36

d) Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang umumnya dinyatakan dalam bentuk pernyataan karena masih didasarkan pada teori, anggapan, pengalaman dan logika. Jawaban sebenarnya diperoleh setelah dikumpulkan data empiris melalui pengujian hipotesis dengan menggunakan uji sebagai berikut:

1) Uji Koefisien determinasi (R^2)

Uji ini pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen.

2) Uji F (Pengujian secara serempak)

Uji F (simultan) dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara bersama-sama yaitu menggunakan *F hitung* dengan langkah sebagai berikut:

- a. Menentukan hipotesis $H_0: b_1 = b_2 = 0$, artinya variabel X secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. $H_a: b_1 = b_2 \neq 0$, artinya

variabel X secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

- b. Kriteria Pengujian. Jika minat membeli (signifikansi) $> 0,05$ (α) $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti hipotesis tidak terbukti maka H_0 diterima H_a ditolak bila dilakukan secara simultan. Jika Minat beli (signifikansi) $< 0,05$ (α) $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti hipotesis terbukti maka H_0 ditolak dan H_a diterima bila dilakukan secara simultan.
- c. Pengambilan Kesimpulan. H_0 diterima atau H_a ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ artinya diantara variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen. H_0 ditolak atau H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ artinya diantara variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3) Uji t (Parsial)

Uji t (Parsial) digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel independen (label halal) secara parsial terhadap variabel dependent (Minat Membeli). Penentuan hipotesis nihil dan hipotesis alternatif $H_0: b = 0$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (label halal) secara parsial terhadap variabel dependent (Minat

Membeli). $H_a: b \neq 0$, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent (label halal) terhadap variabel dependen (Minat Membeli).

a) Kriteria Pengujian

Jika Minat beli (signifikansi) > 0.05 (α) atau $T_{hitung} < T_{tabel}$ berarti hipotesa tidak terbukti maka H_0 diterima H_a ditolak, bila dilakukan uji parsial.

Jika Minat Beli (signifikansi) < 0.05 (α) $T_{hitung} > T_{tabel}$ berarti maka H_0 ditolak dan H_a diterima, bila dilakukan uji secara parsial.

b) Pengambilan Keputusan

H_0 diterima atau H_a ditolak jika $T_{hitung} < r_{tabel}$ artinya diantara variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.

H_0 ditolak atau H_a diterima jika $T_{hitung} > r_{tabel}$ artinya diantara variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.¹⁰⁷

¹⁰⁷ Danang, Teori, Kuesioner..., h.137

BAB. IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum

1. Sejarah singkat “UMKM Keripik Pisang Tunas”

Keripik tunas merupakan usaha home industri yang berlokasi di kota metro tepatnya di jalan Mujair No. 27 Yusodadi 21 Kecamatan Metro Timur Kota Metro. Keripik tunas merupakan usaha yang digeluti oleh Bapak Bambang dan keluarga sejak tahun 2005 sampai sekarang. Awal mulanya dalam merintis usaha beliau mengalami pasang surut, namun beliau beserta keluarga tetap konsisten dalam menjalankan bisnisnya. Salah satu alasan yang kuat dari Pak Bambang merupakan melimpahnya sumberdaya alam di bumi Lampung salah satunya adalah pisang, membuat keyakinan yang mendalam bahwa usaha bisa maju dan berkembang jika di tekuni dan mau belajar dari kegagalan yang pernah beliau alami.

2. Visi, Misi dan Tujuan

Adapun visi dan misi serta tujuan Bapak Bambang dalam membangun usaha tersebut adalah :

- a. Visi. Menjadikan Usaha berdaya saing, bermanfaat dan bermartabat bagi lingkungan Keluarga, masyarakat, dan Negara. Untuk kemajuan UMKM dimasa yang akan datang.
- b. Misi. Fokus dalam menjaga Inovasi Prodak Aman dan Nyaman sampai ketangan Konsumen.

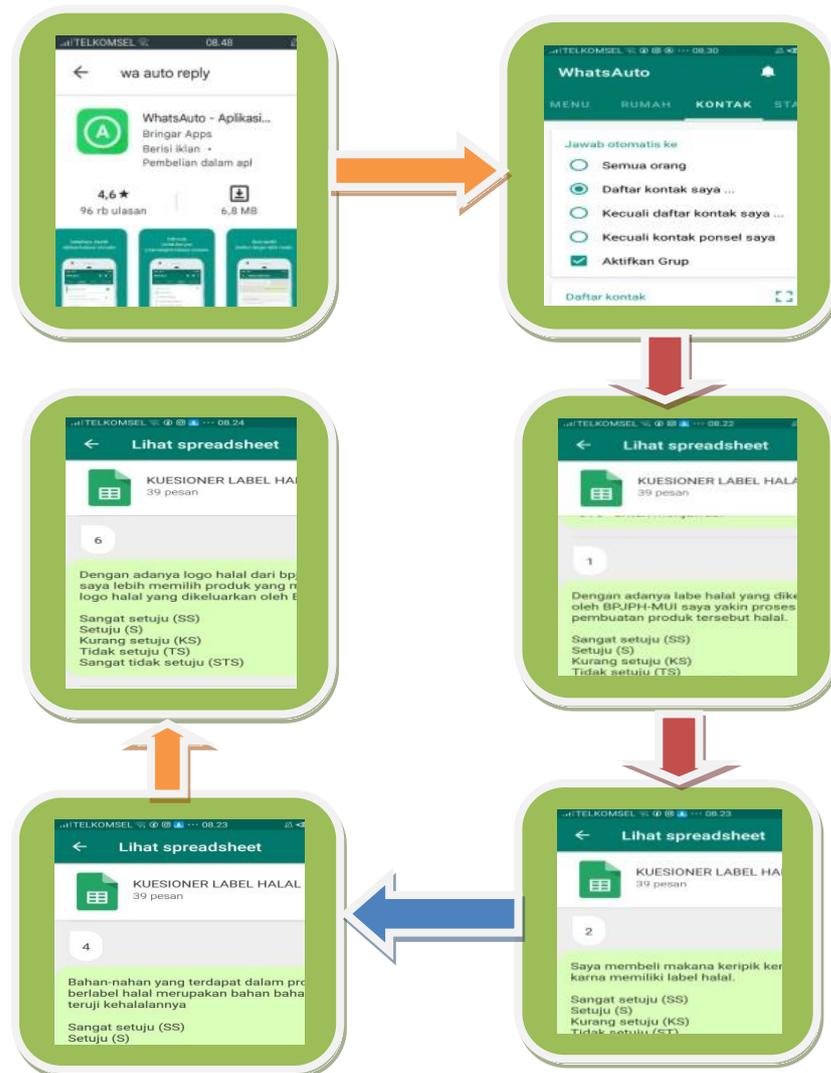
B. Temuan Khusus

Untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan pada rumusan masalah, peneliti dalam mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioer kepada responden atau konsumen Keripik Pisang Tunas di Jalan Mujair No. 27 Yusodadi 21 Metro Timur Kota Metro. Kuesioner yang disebar kepada 93 responden, dengan sistem penyebaran menggunakan Aplikasi *whatsAuto replay* dengan bantuan jaringan internet sehingga responden dapat menjawab secara langsung tanpa harus membuka *link google* terlebih dahulu, cukup dengan mengaktifkan *whatsApp*(WA), responden sudah bisa menjawab pernyataan yang diajukan oleh peneliti.

Aplikasi *whatsAutoreplay* adalah sebuah fitur pada aplikasi *whatsapp* bisnis, yang sering digunakan untuk menjawab pesan secara otomatis. Seperti tanya jawab, kuis dan lain sebagainya, aplikasi ini sangat membantu peneliti dalam penyebaran kuesioner penelitian, dengan cara membuat pernyataan melalui *google Drive*, dengan terlebih dahulu mengisi data menu *Spreadsheet* kemudian disinkronkan pada aplikasi *WhatsAuto replay* maka secara otomatis jawaban responden akan terdeteksi secara Otomatis.

Pada gambar dibawah ini, dapat diketahui proses penyebaran pernyataan kuesioner melalui aplikasi *WhatsAuto terplay* sebagai berikut:

Gambar : 6
Langkah-langka proses penyebaran kuesioner penelitian pada responden. ¹⁰⁸



¹⁰⁸ Screenshot hanpone, aplikasi watstAuto, 4.6 spreadsheet. Tanggal 20 April 2022, jam 8.30 wib.

Dari hasil penyebaran pernyataan kuesioner pada 93 responden, didapat hasil jawaban, kemudian dikelompokkan menjadi beberapa karakter, diantaranya sebagai berikut:

1. Identitas responden

Identitas merupakan bagian dari karakter responden yang akan diteliti, sebagaimana data dari masing-masing karakter responden berdasarkan jenis kelamin (Gender), Usia, kepercayaan dan jumlah kunjungan pada Keripik Pisang Tunas Kota Metro. Untuk lebih jelasnya akan dijelaskan pada tabel-tabel sebagai berikut:

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin (Gender)

Adapun karakter responden berdasarkan jenis kelamin (Gender) dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut.

Tabel: 6

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	37	40%
Perempuan	56	60%
Jumlah	93	100%

Sumber : Data *Primer* diolah, 2021.

Berdasarkan penjelasan data diatas dari 93 responden yang diteliti, terdapat 37 orang atau 40% responden berjenis kelamin Laki-laki, dan 56 orang atau 60% responden berjenis kelamin perempuan.

b. Karakteristik responden berdasarkan usia

Karakter responden berdasarkan usia dapat dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel : 7

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	17-20 tahun	6	6%
2	20-30 tahun	16	17%
3	30-35 tahun	25	27%
4	35-40 tahun	11	12%
5	40-50 tahun	15	16%
6	50-55 tahun	10	11%
7	55-60 tahun	6	6%
8	60-65 tahun	4	4%
Jumlah		93	100%

Sumber: Data *primer* diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 7 dari 93 responden yang diteliti, terdapat 6 orang atau 6% dari usia 17-20 tahun responden, 16 orang atau 17% dari usia 20-30 tahun responden, 25 orang atau 27% dari usia 30-35 tahun responden, 11 orang atau 12% dari usia 35-40 tahun

responden, 15 orang atau 16% dari usia 40-45 tahun responden, 10 orang atau 11% dari usia 50-55 tahun responden, 6 orang atau 6% dari usia 55-60 tahun responden, 4 orang atau 4% dari usia 60-65 tahun responden.

c. Karakteristik responden berdasarkan kepercayaan

Karakteristik responden berdasarkan kepercayaan dapat dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel : 8

Karakteristik responden berdasarkan kepercayaan

No.	Agama	Frekuensi	Persentase (%)
1	Islam	78	84%
2	Kristen	9	10%
3	Hindu	3	3%
4	Bhuda	1	1%
5	Katolik	2	2%
JUMLAH		93	100%

Suber: Data *primer* diolah, 2021.

Berdasarkan data tabel 8 di atas dari 93 responden yang diteliti, terdapat terdapat 78 responden atau sebesar 84% beragama Islam, 9 orang atau 10% responden beragama Kristen, 3 orang atau 3% responden beragama Hindu, 1 orang atau 1% responden beragama Bhuda, dan 2 orang atau 2% responden beragama Katolik.

d. Karakteristik responden berdasarkan jumlah kunjungan

Berikut ini adalah data jumlah kunjungan responden, dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

Tabel: 9

Karakteristik responden berdasarkan jumlah kunjungan

No.	Jumlah kunjungan	Jumlah responden	Persentase (%)
1	1-3	19	20%
2	4-5	13	14%
3	>6	61	66%
Jumlah		93	100%

Data *primer* diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa, mayoritas responden berkunjung sebanyak 1-3 kali kunjungan, sebanyak 19 responden, dengan persentase 20%. Adapun jumlah kunjungan 4-5, sebanyak 13 responden, persentase 14% dan 6+ kunjungan sebanyak 61 responden, dengan persentase 66%.

e. Karakter responden berdasarkan pekerjaan

Berikut ini merupakan data responden berdasarkan pekerjaan, dapat dijelaskan pada tabel 10 dibawah ini:

Tabel : 10**Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan**

No	Pekerjaan	Responden	Persentase (%)
1	Pegawai ASN	14	15%
2	Mahasiswa	12	13%
3	Wiraswasta	30	32%
4	Karyawan	8	9%
5	Lain-lain	29	31%
Jumlah		93	100%

Data *primer* diolah, 2021

Berdasarkan hasil dari tabel 10 diatas,terdapat 14 responden atau 15% pegawai ASN, 12 responden atau 13% berstatus mahasiswa, 30 responden atau 32% berstatus wiraswasta, 8 responden atau 9% berstatus karyawan, dan 29 responden atau 31% lain-lain.

Dapat diketahui bahwa, mayoritas responden berdasarkan status pekerjaan di dominasi oleh wiraswasta dengan skor nilai 30 responden rata-rata 32%.

2. Deskripsi Variabel

a. Deskripsi Variabel pengetahuan label halal

Berikut ini akan disajikan tabel-tabel pendistribusian pernyataan yang diajukan didalam kuesioner penelitian. Tabel distribusi ini

merupakan hasil dari pendistribusian pernyataan pada variabel label halal (X). Adapun tabelnya adalah sebagai berikut:

Tabel 11

Diskripsi variabel responden Pengetahuan label halal

No	Jawaban responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju (SS)	26,5	28%
2	Setuju (S)	46	49%
3	Kurang Setuju (KS)	15	16%
4	Tidak Setuju (TS)	5	6%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0,5	1%
Jumlah		93	100%

primer diolah 2021

Berdasarkan tabel 11 menunjukkan bahwa, sebagai pengetahuan label halal dengan skor 46 atau 49% responden menyatakan setuju, 26,5 atau 28% responden menyatakan sangat setuju, seterusnya 15 atau 16% kurang setuju, 5 atau 6% responden menyatakan tidak setuju dan 0,5 atau 1% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Dapat disimpulkan dari hasil penyebaran kuesioner label halal tangapan pernyataan untuk ilmu pengetahuan “setuju” dengan bobot skor 46 atau 49%.

Tabel 12

Diskripsi variabel responden kepercayaan label halal

No	Jawaban responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju (SS)	14,5	16%
2	Setuju (S)	45	48%
3	Kurang Setuju (KS)	29	31%
4	Tidak Setuju (TS)	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0,5	1%
Jumlah		93	100%

Data *primer* diolah 2021

Berdasarkan tabel 12 menunjukkan bahwa, hasil diskripsi variabel label halal pada kepercayaan 14,5 atau 16% responden menyatakan sangat setuju, 45 atau 48% responden menyatakan setuju, 29 atau 30% responden menyatakan kurang setuju, dan 4 atau 4% responden menyatakan tidak setuju, 0,5 atau 1% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Berdasarkan data diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kepercayaan responden pada label halal dinyatakan “setuju” hal ini dapat diketahui dari hasil tabel 12 sebesar 45 atau 48%.

Tabel 13**Diskripsi variabel responden Penilaian label halal**

No	Jawaban responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju (SS)	50	54%
2	Setuju (S)	33,5	36%
3	Kurang Setuju (KS)	9	10%
4	Tidak Setuju (TS)	0,5	1%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Jumlah		93	100%

Data *primer* diolah 2021

Berdasarkan tabel 13 menunjukkan bahwa, hasil diskripsi penilaian terhadap label halal didapat 50 atau 54% responden menyatakan sangat setuju, 33,5 atau 36% responden menyatakan setuju, 9 atau 10% responden menyatakan kurang setuju, 0,5 atau 1% responden menyatakan tidak setuju, 0 atau 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Dari hasil diskripsi diatas dapat di ambil kesimpulan bahwa, penilaian responden terhadap label halal dinyatakan “sangat setuju” hal ini terlihat pada tabel 13, nilai tertinggi 50 atau 54%.

b. Diskripsi variabel minat membeli

Jika diatas merupakan diskripsi pernyataan variabel label halal, maka dibawah ini merupakan diskripsi pernyataan variabel minat

membeli. Tabel-tabel distribusi ini merupakan hasil dari pendistribusian pernyataan variabel minat beli dari hasil kuesioner yang di sebar kepada 93 responden. Adapun tabel-tabel variabel minat membeli adalah sebagai berikut:

Tabel 14

Diskripsi variabel jaminan terhadap minat membeli

No	Jawaban responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju (SS)	51	55%
2	Setuju (S)	35	38%
3	Kurang Setuju (KS)	6,5	7%
4	Tidak Setuju (TS)	0,5	1%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Jumlah		93	100%

Data *primer* diolah 2021

Berdasarkan tabel 14 menjelaskan bahwa, hasil diskripsi variabel jaminan minat membeli terhadap produk didapat hasil, 51 atau 55% responden menyatakan sangat setuju, 35 atau 38% responden menyatakan setuju, 6,5 atau 7 responden menyatakan kurang setuju, 0,5 atau 1% responden menyatakan tidak setuju, 0 atau 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Dari hasil diskripsi pada tabel 14 dapt ditadik kesimpulan bahwa, penilaian responden terhadap variabel jaminan meinat membeli dinyatakan

“sangat setuju” hasil ini didapat dari nilai tertinggi tabel 14 dengan skor nilai 51 atau 55%.

Tabel 15

Diskripsi variabel minat membeli terhadap Merek.

No	Jawaban responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju (SS)	37	40%
2	Setuju (S)	44	47%
3	Kurang Setuju (KS)	11	12%
4	Tidak Setuju (TS)	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Jumlah		93	100%

Data *primer* diolah 2021

Berdasarkan tabel 15 menjelaskan bahwa, hasil diskripsi variabel minat membeli terhadap merek didapat hasil, 44 atau 47% responden menyatakan setuju, 37 atau 40% responden menyatakan sangat setuju, 11 atau 12% responden menyatakan kurang setuju, 1 atau 1% responden menyatakan tidak setuju, 0 atau 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Dari hasil diskripsi merek pada minat membeli responden dinyatakan “setuju”. Hasil ini didapat dari diskripsi tabel 15 sebesar 44 atau 47%.

Tabel 16**Diskripsi variabel minat membeli terhadap pelayanan**

No	Jawaban responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju (SS)	48	52%
2	Setuju (S)	34,5	37%
3	Kurang Setuju (KS)	12,5	13%
4	Tidak Setuju (TS)	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Jumlah		93	100%

Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel 16 memaparkan bahwa, hasil diskripsi variabel minat membeli terhadap pelayanan didapat hasil, 48 atau 52% responden menyatakan sangat setuju, 34,5 atau 37% responden menyatakan setuju, 12,5 atau 13% responden menyatakan kurang setuju, 3 atau 3% responden menyatakan tidak setuju, 0 atau 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Dari hasil diskripsi pelayanan pada minat membeli responden menyatakan “setuju” hasil ini didapat dari diskripsi tabel 16 sebesar 48 atau 52%. Adapun deskripsi variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: Pengaruh label halal (X) terhadap minat membeli produk UMKM Keripik Pisang Tunas di Metro Timur Kota Metro.

Tabel: 17

Hasil rekapitulasi responden terhadap pengaruh label halal

No .	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah responden	
			Dalam Angka	Persentase (%)
1	Pertanyaan 1	Sangat Setuju	31	33%
		Setuju	41	44%
		Kurang Setuju	17	18%
		Tidak Setuju	3	3%
		Sangat Tidak Setuju	1	1%
JUMLAH			93	100%
2	Pertanyaan 2	Sangat Setuju	22	24%
		Setuju	51	55%
		Kurang Setuju	13	14%
		Tidak Setuju	7	8%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
JUMLAH			93	100%
3	Pertanyaan 3	Sangat Setuju	11	12%
		Setuju	42	45%
		Kurang Setuju	35	38%
		Tidak Setuju	5	5%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
JUMLAH			93	100%
4	Pertanyaan 4	Sangat Setuju	18	19%
		Setuju	48	51%
		Kurang Setuju	23	24%
		Tidak Setuju	5	5%
		Sangat Tidak Setuju	1	1%
JUMLAH			95	100%
5	Pertanyaan 5	Sangat Setuju	48	52%
		Setuju	39	42%
		Kurang Setuju	6	6%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
JUMLAH			93	100%
6	Pertanyaan 6	Sangat Setuju	52	56%
		Setuju	28	30%

	Kurang Setuju	12	13%
	Tidak Setuju	1	1%
	Sangat Tidak Setuju	0	0%
JUMLAH		93	100%

Berdasarkan tabel 17 diatas, dapat dipaparkah bahwa, hasil dari 93 responden yang diteliti dalam 6 pernyataan. Untuk pernyataan pertama sebanyak 31 atau 33% responden menyatakan sangat setuju, 41 atau 44% responden menyatakan setuju, 17 atau 18% responden menyatakan kurang setuju, 3 atau 3% responden menyatakan tidak setuju, dan 1 atau 1% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pertanyaan kedua. 22 atau 24% responden menyatakan sangat setuju, 51 atau 55% responden menyatakan setuju, 13 atau 14% responden menyatakan kurang setuju, 7 atau 8% responden menyatakan tidak setuju, 0 atau 0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan ke tiga. 11 atau 12% responden menyatakan sangat setuju, 42 atau 45% responden menyatakan setuju, 35 atau 38% responden menyatakan kurang setuju, 5 atau 5% responden menyatakan tidak setuju, 0 atau 0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan ke empat. 18 atau 19% responden menyatakan sangat setuju, 48 atau 51% responden menyatakan setuju, 23 atau 24% responden menyatakan kurang setuju, 5 atau 5% responden menyatakan tidak setuju, 1 atau 1% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan ke lima. 84 atau 51% responden menyatakan sangat setuju, 39 atau 42% responden menyatakan setuju, 6 atau 6% responden

menyatakan kurang setuju, 0 atau 0% responden menyatakan tidak setuju, 0 atau 0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan ke enam. 52 atau 56% responden menyatakan sangat setuju, 28 atau 30% responden menyatakan setuju, 12 atau 13% responden menyatakan kurang setuju, 1 atau 1% responden menyatakan tidak setuju, 0 atau 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Dari hasil diskripsi pada tabel 17 diatas, peneliti menyimpulkan bahwa semua item kuesioner pernyataan label halal yang disebar dinyatakan setuju.

Tabel 18

Hasil rekapitulasi responden tentang minat membeli

No.	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah responden	
			Dalam Angka	Persentase (%)
1	Pertanyaan 1	Sangat Setuju	52	56%
		Setuju	31	33%
		Kurang Setuju	9	10%
		Tidak Setuju	1	1%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
JUMLAH			93	100%
2	Pertanyaan 2	Sangat Setuju	50	54%
		Setuju	39	42%
		Kurang Setuju	4	4%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
JUMLAH			93	100%
3	Pertanyaan 3	Sangat Setuju	37	40%
		Setuju	45	48%
		Kurang Setuju	9	10%
		Tidak Setuju	1	1%

		Sangat Setuju	Tidak	1	1%
JUMLAH				93	100%
4	Pertanyaan 4	Sangat Setuju		37	40%
		Setuju		44	47%
		Kurang Setuju		11	12%
		Tidak Setuju		1	1%
		Sangat Setuju	Tidak	0	0%
JUMLAH				93	100%
5	Pertanyaan 5	Sangat Setuju		47	51%
		Setuju		33	35%
		Kurang Setuju		9	10%
		Tidak Setuju		4	4%
		Sangat Setuju	Tidak	0	0%
JUMLAH				93	100%
6	Pertanyaan 6	Sangat Setuju		49	53%
		Setuju		36	39%
		Kurang Setuju		6	6%
		Tidak Setuju		2	2%
		Sangat Setuju	Tidak	0	0%
JUMLAH				93	100%

Berdasarkan tabel 18 diatas dapat dipaparkan bahwa, hasil 93 responden yang diteliti dalam 6 pernyataan adalah sebagai berikut. Untuk pernyataan pertama terdapat 52 atau 56% responden menyatakan sangat setuju, 31 atau 33% responden menyatakan setuju, 9 atau 10% responden menyatakan kurang setuju, 1 atau 1% responden menyatakan tidak setuju, 0 atau 0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan ke dua, 50 atau 54% responden menyatakan sangat setuju, 39 atau 42% responden menyatakan setuju, 4 atau 4% responden menyatakan kurang setuju, 0 atau

0% responden menyatakan tidak setuju, 0 atau 0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan yang nomor tiga, 37 atau 40% responden menyatakan sangat setuju, 45 atau 48% responden menyatakan setuju, 9 atau 10% responden menyatakan kurang setuju, 1 atau 1% responden menyatakan tidak setuju, 1 atau 1% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan nomor empat, 37 atau 40% responden menyatakan sangat setuju, 44 atau 47% responden menyatakan setuju, 11 atau 12% responden menyatakan kurang setuju, 1 atau 1% responden menyatakan tidak setuju, 0 atau 0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan nomor lima, 47 atau 51% responden menyatakan sangat setuju, 33 atau 35% responden menyatakan setuju, 9 atau 10% responden menyatakan kurang setuju, 4 atau 4% responden menyatakan tidak setuju, 0 atau 0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan nomor enam, 49 atau 53% responden menyatakan sangat setuju, 36 atau 39% responden menyatakan setuju, 6 atau 6% responden menyatakan kurang setuju, 2 atau 2% responden menyatakan tidak setuju, 0 atau 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Dari hasil deskripsi tabel 18 dapat peneliti simpulkan bahwa, rata-rata responden menyatakan setuju.

C. Pengelolaan data dan hasil penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Data penelitian yang telah terkumpul kemudian diolah untuk menguji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Dari hasil uji validitas yang dilakukan dengan bantuan program SPSSv-25 menunjukkan bahwa koefisien korelasi *pearson moment* untuk setiap item butir pernyataan dengan skor total variabel label halal (X) signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa setiap item indikator instrumen untuk kualitas audit tersebut valid.

Pengujian menggunakan tarap dua sisi dengan taraf signifikan 0,05%. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut.:

- 1) Jika r hitung lebih besar daripada r tabel, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika r hitung lebih kecil dari pada r tabel atau r hitung negative, maka instrumen atau item pernyataan tidak korelasi signifikan terhadap skor total (tidak valid). Secara ringkas hasil uji validitas variabel dapat dilihat pada tabel 19 :

Tabel : 19

Hasil uji validitas variabel (X) dan variabel (Y)

No. Item	Koefisien Korelasi butir total			keterangan
	r hitung (X)	r hitung (Y)	r tabel	
1	.675	.790	0.2039	valid
2	.661	.804	0.2039	valid
3	.583	.608	0.2039	valid
4	.736	.721	0.2039	valid
5	.436	.835	0.2039	valid
6	.489	.832	0.2039	valid

Data di olah 2021

Tabel diatas menjelaskan instrument labelisasi halal dengan jumlah 6 item/soal pernyataan menunjukkan bahwa hasil pengkorelasian masing-masing skor item dengan skor total. Nilai t hitung (X) hasil koefisien korelasi lebih besar dari pada t tabel dengan signifikan 0.05%. Butir total menunjukkan pada item 1 diperoleh hasil r hitung $0.675 > r \text{ tabel } 0.203.9$, item 2. $0.661 > 0.203.9$ item 3. $0.583 > 0.203.9$. item 4. $0.736 > 0.203.9$. item 5. $0.436 > 0.203.9$. item 6. $0.489 > 0.203.9$.

Nilai t hitung (Y) item 1. $0.790 > 0.203.9$. item 2. $0.804 > 0.203.9$. item 3. $0.608 > 0.203.9$. item 4. $0.721 > 0.203.9$ item 5. $0.835 > 0.203.9$ item 6. $0.832 > 0.203.9$. Ini menunjukkan hasil pengkorelasian masing-masing skor item dengan skor total t hitung lebih > dari t table maka dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sistem pengujian untuk menentukan seberapa besar alat pengukuran tersebut dengan tingkat kestabilan juga konsisten terhadap pernyataan kuesioner atau tidak. Kuesioner bisa dinyatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap suatu pernyataan stabil atau konsisten dari waktu ke waktu.

Data penelitian bisa dinyatakan reliabel atau tidak reliabel, manakala, Nilai koefisien reliabilitas (*cronbach's alpha*) lebih besar dari 0,6 maka instrumen yang diuji dinyatakan reliabel. Namun apabila nilai koefisien reliabilitas (*cronbach's alpha*) lebih kecil dari 0,6 maka instrumen yang diuji dinyatakan tidak reliabel.

Dari hasil perhitungan reliabilitas menggunakan SPSS-v25 menunjukkan bahwa, nilai *cronbach Alpha* (α) pada masing masing variabel adalah lebih besar dari 0,651 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa item-item instrumen untuk masing-masing variabel adalah reliabel (Nunnally dalam Ghazali, 2006). Untuk hasil reliabilitas secara rinci dapat dilihat pada tabel 20 : berikut ini.

Tabel : 20

Hasil Uji Reliabilitas label halal (X)

Variabel	<i>Alpha cronbach's</i>	Keterangan
Label halal	0.651	<i>Reliabel</i>

Berdasarkan tabel 20, dapat di presentasikan bahwa nilai *alpha cronbach's* seluruh variabel (X) lebih besar dari pada 0,6. Maka dapat disimpulkan reliabel.

Tabel: 21**Hasil Uji reliabilitas minat membeli (Y)**

Variabel	Alpha cronbach's	Keterangan
Minat membeli	0.854	<i>Reliabel</i>

Berdasarkan tabel 21, dapat di presentasikan bahwa nilai *alpha cronbach's* seluruh variabel (Y) lebih besar dari pada 0,6. Maka dapat disimpulkan reliabel

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan estimasi, tidak bias dan konsisten. Pada penelitian ini uji asumsi kelasik dengan bantuan SPSS-v25 dengan pendekatan grafik plot dan pendekatan uji *klomogorov-smirnov*.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji, apakah dalam regresi variabel (X) dan variabel (Y) keduanya berdistribusi normal atau tidak. Adapun uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji kolmogorov-smirnov (K-S).

1) *Kolmogorov-smirnov* (K-S)

Kreteria uji normalistas melalui pendekatan K-S apabila Nilai regresi yang baik adalah nilai berdistribusi normal. Jika nilai signifikan $>$ dari pada 0,05 maka nilai residual berdistribusi normal. Namun sebaliknya jika nilai signifikan

<dari pada 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Untuk melihat nilai residual dapat dilihat pada hasil pengujian menggunakan spss-v25 pada tabel sebagai berikut :

Tabel 2

Hasil uji normalitas *kolmogorov-smirnov*

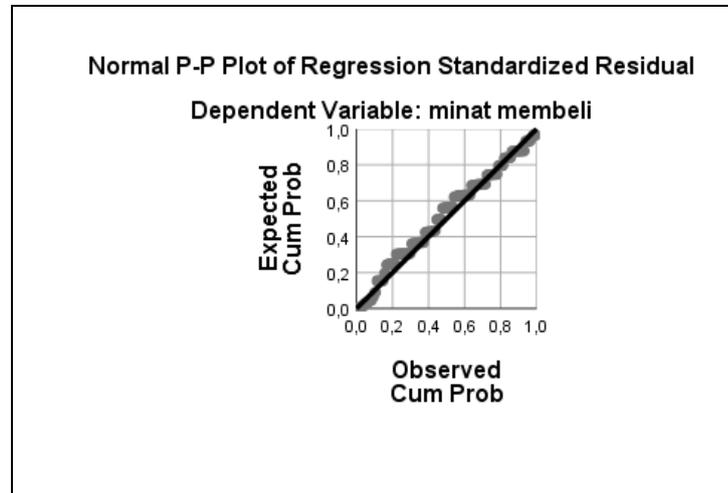
		Unstandardized Residual
Responden (N)		93
Normal parameters	Mean	,0000000
	Std.deviation	2,97152470
	Absolute	,087
	Positive	,057
	negative	-,087
Tes statistic		,087
Asymp.Sig. (2-tailend)		,081 ^c

- a. Tes distribution is normal
- b. Calculated from data
- c. Lilliefors significance correction

Berdasarkan hasil pengujian normalitaskolmogorov-smirnov (K-S) tabel 22 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailend) $0,081 > 0,05$. Hasilnya dapat diambil kesimpulan adalah normal.

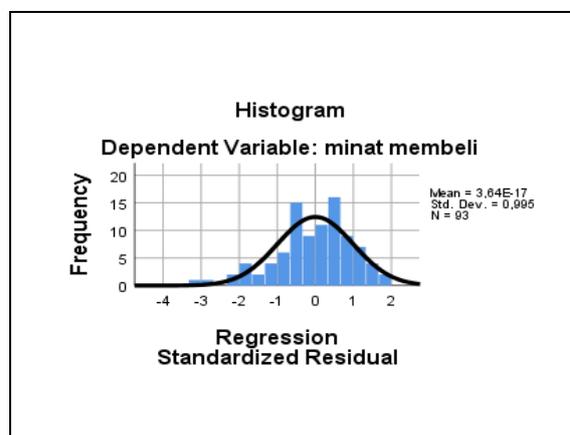
2) Normal probability plot

Uji normalitas dapat dilakukan melalui perhitungan regresi dengan menggunakan spss-v25. Uji normalitas dengan pendekatan grafk plot atau normal p-p plot *of regression standarized residual* adalah jika data menyebar disekitar garis dan mengikuti garis arah diagonal maka dinyatakan berdistribusi normal.

Gambar: 7**Hasil uji Normalitas pendekatan grafik plot**

Data diolah 2021

Berdasarkan hasil dari uji normalitas pendekatan grafik plot pada gambar 7, dinyatakan terlihat titik-titik mengikuti mendekati diagonal sehingga model regresi yang digunakan dapat dinyatakan asumsi normal.

3) Hasil Histogram Uji Normalitas**Gambar : 8****Histogram uji normalitas**

Data diolah 2021

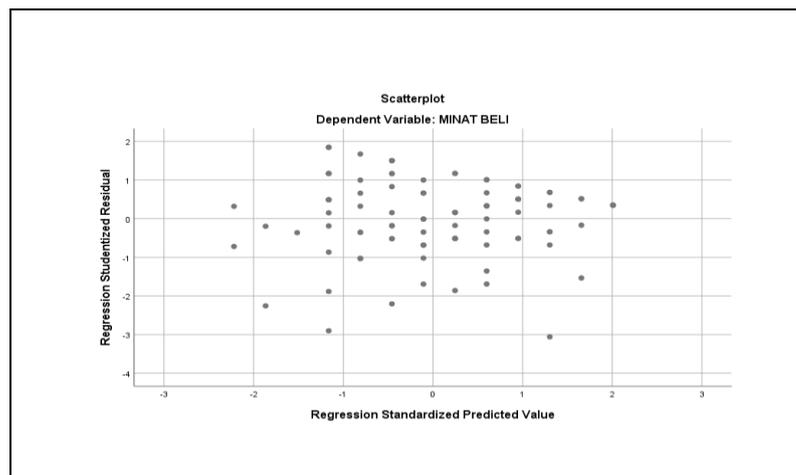
Pada gambar 8 terlihat bahwa, residual data berkontribusi normal, hal ini dapat diperhatikan pada bentuk lengkungan berbentuk lonceng, menyatakan pada histogramnya adalah normal.

b. Uji heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui kesamaan varian masing-masing variabel independen X terhadap variabel terikat (Y). Pengujian homogenitas terhadap variabel penelitian digunakan uji heteroskedastisitas. Deteksi terhadap masalah heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik sebaran nilai residual. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik *plotRegression Standarized Predicted Value* dengan *Regression Studentized Residual*. Hasil pengujian dapat dilihat pada gambar 9 berikut ini :

Gambar 9

Hasil Uji heteroskedastisitas



Data diolah 2021

Berdasarkan pada gambar 7 diatas dapat dilihat, Gamabar *scatterplot* di atas tampak bahwa sebaran data tidak membentuk pola yang jelas, titik-

titik data menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

3. Uji Regresi Linier Sederhana

Adapun tujuan analisis regresi linier sederhana adalah untuk mengetahui ada dan tidaknya pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y). Dalam hal ini variabel (X) label halal dan variabel (Y) minat membeli.

Ketentuan untuk mengetahui nilai signifikasinya, jika nilai signifikansi dibawah 0.05 maka hasilnya dinyatakan berpengaruh terhadap variabel (Y), jika nilai signifikasinya diatas 0.05, maka hasilnya dinyatakan tidak berpengaruh. Hasil uji dengan menggunakan spss-v25 dapat dilihat pada gambar sebagai berikut.

a. Hasil Uji F (Uji simulutan)

Tabel: 23

Hasil uji F (uji simulutan)

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	179.536	1	179.536	20.112	0.000
	Residual	812.356	91	8.927		
	Total	991.892	92			

Data diolah 2021

Berdasarkan hasil output tabel 23 diatas, diketahui nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ maka dinyatakan variabel (X) berpengaruh terhadap variabel (Y). Atau dengan melihat perbandingan antara f-hitung dan f-tabel, jika f-hitung lebih besar daripada f-tabel

makadinyatakan Reliabel (X) berpengaruh terhadap variabel (Y). Dan juga sebaliknya apabila f hitung lebih kecil dari f tabel maka dinyatakan variabel (X) tidak berpengaruh terhadap variabel (Y). Didapat nilai f-hitung 20.112 lebih besar dari nilai f-tabel 3.94. sehingga dapat dinyatakan variabel (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y). Artinya label halal berpengaruh positif terhadap minat membeli.

b. Hasil Uji persial (Uji t)

Tabe: 24

Hasil uji t (uji persial)

<i>Coefficients</i>						
Mo del		<i>Unstandardiz ed coefficients</i>	<i>Standardiz ed Coefficient s</i>			
1	<i>(Constant)</i>	B	Std. Error	Beta	t	Sig
		14.226	2.684		5.300	0.000
	X	0.492	0.110	0.425	4.485	0.000
Dependent Variabel y						

Data diolah 2021

Berdasarkan pada gambar 24, dipresentasikan bahwa, jika nilai t-hitung lebih besar dari pada t-tabel. Maka dapat dipastikan hasil pengujian ini signifikan. Tetapi jika t-hitung lebih kecil dari t-tabel maka juga bisa dipastikan hasil uji tidak signifikan.

Didapat pada tabel 24, t-hitung lebih besar dari t-tabel (t-hitung 4.485 dan t-tabel 1.968) maka uji t persial dinyatakan signifikan diterima.

c. Koefisien diterminasai (R^2)

Pada konsep Koefisien diterminasi (R^2) terdapat tiga konsep dasar diantaranya:

1. Koefisien diterminasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.
2. Nilai koefisien diterminasi (R^2) berkisar antara nol dan satu.
3. Nilai yang mendekati satu, berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel: 25

Hasil koeffisien diterminasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	.425	.181	.172	2.988
a. Predictors. (Constant). X				

Data diolah 2021.

Berdasarkan hasil koeffisien diterminasi (R^2) dari hasil analisis menggunakan spss-v25 didapat pada model Summary *R Square* sebesar 0.181 atau sebesar 18,1%. yang artinya pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y) sebesar 18.1%. Sedangkan sisanya sebesar 81,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

D. Pembahasan hasil penelitian

Berdasarkan dari hasil penilaian responden, terhadap variabel-variabel penelitian ini, bahwasanya label halal (X) secara umum sudah baik. Hal ini ditunjukkan dengan hasil jawaban responden pada kuesioner yang peneliti terima.

Berdasarkan dari hasil pengelolaan data kuesioner, dari 93 responden yang paling dominan berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 56 responden perempuan dengan rata-rata 60% dibandingkan responden berjenis kelamin laki-laki hanya memperoleh angka berjumlah 37 responden dengan rata-rata 40%. Ini menunjukkan bahwa wanita lebih banyak minat melakukan pembelian keripik pisang tunas di metro timur kota metro. Sedangkan untuk minat pembelian dari faktor usia dari 93 responden usia, usia 30-40 tahun yang paling banyak melakukan pembelian di susul pada usia 20-30 tahun dan usia 40-45 tahun menjadi urutan ketiga dari minat pembelian. Artinya pengaruh label halal terhadap minat membeli pada suatu prodak UMKM industri rumah tangga keripik pisang tunas hampir semua kalangan, tua maupun muda. Sedangkan untuk minat pembelian dipandang dari sisi agama, hampir semua kepercayaan yang berada di Kota Metro melakukan transaksi terhadap produk Industri rumah tangga keripik pisang tunas.

Label halal merupakan salah satu gerbang utama bagi konsumen untuk mengetahui identitas suatu produk, maka pada label itulah seorang produsen harus benar-benar memprioritaskan informasi yang akan di cantumkan pada

sebuah produk yang akan di produksi. Harapan konsumen merupakan setelah melihat label pada kemasan produk dapat mengasumsikan bahwa produk tersebut adalah halal untuk dikonsumsi.

Produk yang halal dikonsumsi sudah dapat di percaya oleh masyarakat pasar muslim di tanah air, bahwa produk tersebut tidak berbahaya pada tubuh, juga tidak melanggar aturan dan norma-norma agama. Pandangan islam mengkonsumsi makanan yang baik lagi benar merupakan perintah agama dan hukumnya wajib. Pada prinsipnya perilaku konsumsi seorang muslim harus memperhatikan etika (akhlaq) yang baik seperti: keadilan, kebersihan, kesederhanaan, murah hati dan moralitas yang tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa label halal sangat berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada produk UMKM keripik pisang tunas Metro Timur Kota Metro. hal ini dikonfirmasi pada table 3.1. Ditunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel labelisasi adalah 0,425 dan nilai t hitung 4,485. Nilai koefisien regresi ini signifikan pada tingkat signifikansi 0,05 dengan *p value* sebesar 0,00.

Bahaya mengkonsumsi jaringan sel dan zat-zat rusak dan racun yang dikandungnya, sebenarnya tergantung pada proses kehidupan sel tersebut yang berbeda-beda antara satu sel dengan sel yang lain. Sebagian jaringan sel, ada yang mengandung zat rusak beracun yang bereaksi cepat. Disamping dapat menyebar dari satu sel ke sel yang lain atau berpindah melalui jaringan sel yang tersebar melalui kotoran dan aliran darah.

Sementara itu, sebagian jaringan sel yang lain, mengandung zat rusak beracun dengan reaksi yang lambat, namun tetap memiliki kemampuan untuk menyebar ke dalam berbagai jaringan sel di dalam tubuh, meski ia membutuhkan waktu yang lebih lama untuk dapat mengalahkan anti bodi yang melawannya. Selain itu, terdapat juga jaringan sel yang mengandung zat rusak yang berbahaya dengan reaksi yang lambat, serta tidak dapat menyebar. Karenanya, efek dari zat ini hanya bersifat lokal.¹⁰⁹

¹⁰⁹ Abdul Basith Jamal, Daliya Shadiq, *“Alquran dan Sains: Bahaya Memakan Bangkai, Darah dan DagingBabi*

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pada penelitian ini penulis dapat mengambil kesimpulan dari hasil pengujian data yang diolah, data yang diolah menggunakan alat SPSS-V25 dengan jumlah sampel sebanyak 93 responden didapat hasil sebagai berikut:

1. Pada uji validitas didapat pada tabel 19, dijelaskan bahwa dari poin pernyataan sebanyak 6 (enam) item dinyatakan Valid pada variabel X dan Y, Dengan membandingkan antara t hitung dan t tabel.
2. Pada uji Reliabilitas didapat hasil pada tabel 20 dan tabel 21, nilai *Alfa cronbach* lebih besar dari 0,6, maka dapat disimpulkan dari semua item instrumen pada variabel X dan Y dinyatakan reliabel.
3. Untuk uji normalitas, maka didapat hasil bahwa semua data yang diuji dinyatakan Normal. Penjelasan ini dapat dilihat pada tabel 22, gambar 4, 5 dan 6 hasil dari pengujian menggunakan alat spss-v25.
4. Pada uji regresi linier sederhana didapat pada hasil uji F nilai sig sebesar 0,000 dengan ketentuan signifikan 0,05. Dan begitu juga jika dilihat perbandingan antara f hitung dengan f tabel. F hitung 20.112 f tabel 3.94 maka diambil kesimpulan bahwa label halal berpengaruh terhadap minat membeli pada produk Keripik Pisang Tunas. Sedangkan pada hasil uji t (uji persial) juga didapat hasil nilai sig

0,000 dengan ketentuan signifikan 0,05. Juga jika dilihat dari perbandingan antara t hitung dan t tabel, t hitung 4.485 dan t tabel 1.968 maka hasil uji persial dinyatakan label halal berpengaruh terhadap minat membeli pada produk Keripik Pisang Tunas. Hasil ini dapat dilihat pada tabel 23 dan 24 pengelolaan data menggunakan alat spss-v25.

5. Pada nilai $R Square(R^2)$ didapat hasil 18.1% yang dipengaruhi oleh label halal, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil uraian beberapa poit diatas, dari keseluruhan poit item yang diujikan pada penelitian ini menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif terhadap minat membeli konsumen pada produk Keripik Pisang Tunas di Metro Timur Kota Metro.

B. Implikasi

Implikasi adalah suatu konsekuensi atau akibat langsung dari hasil penemuan suatu penelitian ilmiah. Hasil penelitian ini mengenai pengaruh label halal terhadap minat membeli konsumen pada Keripik Pisang Tunas di Metro Timur Kota Metro. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa label halal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat membeli pada produk Keripik Pisang Tunas di Metro Timur Kota Metro.

Suatu penelitian yang telah dilakukan dilingkungan produksi maka kesimpulan yang ditarik tentu mempunyai implikasi dalam bidang ekonomi

dan juga penelitian-penelitian selanjutnya. Sehubungan dengan hal tersebut maka implikasinya sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian di atas, bahwa label halal memberikan kontribusi yang sangat berarti terhadap akuntabilitas penjualan sebuah produk, karena itu label halal bukan hanya sekedar pelengkap pada tampilan produk saja, jauh dari pada itu label halal mempunyai nilai-nilai positif terhadap peningkatan omset perusahaan.
2. Berdasarkan teori yang telah dirumuskan peneliti, maka dapat diketahui bahwa label halal diduga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap akuntabilitas minat pembelian dan keunggulan sebuah produk. Akan tetapi pada kenyataannya di lapangan yaitu diketahui masih banyak produk yang beredar masih belum mempunyai label halal yang sah, yang selalu berkeyakinan pada diri sendiri tanpa harus di cek secara ilmiah bahwa produk yang dipasarkan sudah yakin halal, sehingga memandang sebelah mata pada produk yang diproduksi. Sebagai akibat perusahaan tidak mampu bersaing di pasar nasional maupun internasional.

C. saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas, maka peneliti mencoba memberikan saran sebagai berikut:

1. Sertifikasi halal produk yang diprogramkan pemerintah bertujuan untuk keamanan dan kenyamanan sebuah produk yang akan dikonsumsi oleh masyarakat, maka sudah seyakinya sebagai

produsen memberikan contoh yang baik dengan tidak memasarkan produk yang belum layak edar.

2. Kepada masyarakat harus lebih selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsi, dengan selalu memperhatikan kehalalannya. Sebaiknya jika produk tersebut belum memiliki label halal yang sah, sewayanya dihindari untuk tidak dikonsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz Dahlan, Ensiklopedi Hukum Islam, (Jakarta; PT. Ichtiar Baru Van Hoeve, 2006 M).
- Anomim* Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, Petunjuk Teknis Pedoman System Produksi Halal, Departemen Agama, Jakarta, 2003, 2
- Abdul Basith Jamal, Daliya Shadiq, “*Alquran dan Sains: Bahaya Memakan Bangkai, Darah dan DagingBabi*”
- Al-qur’an <https://quranchat.me> +62 8999900-411
- Angipora, Marinus, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002)
- , *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002)
- Ahmad Tanzeh, *Metotologi Penelitian Praktis*. (Yogyakarta :Teras, 2011)
- Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada)
- Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*, Malang, UIN Maliki Press, 2011
- Burhan Bungin, *metodelogi penelitian kuantitatif*, hlm. 94-95
- Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution) : Untuk Analisis Data dan Uji Statistic*, Cet. II ; Yogyakarta : MediaKom, 2008
- , *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution): Untuk Analisis Data dan Uji Statistic* Yogyakarta 2008
- , *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution) : Untuk Analisis Data dan Uji Statistic*, Yogyakarta 2008
- Eri Agustian H dan Sujana, Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk *Wall’s Conello*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1. no. 2 (2013)
- , Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk *Wall’s Conello*, *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* Vol. 1 No. 2, (2013).
- <https://endah240395.wordpress.com/2020/12/22/makalah-umkm/> diakses pada 22 desember, pukul 19.15 WIB

<https://news.detik.com/berita/d-5368116/ketua-mpr-sebut-2050-islam-jadi-agama-terbesar-indonesia-punya-pengaruh>. kutipan Selasa 9 Februari 2021 di upload 28 September 2021.

<https://tafsirweb.com/650-quran-surat-al-baqarah-ayat-168.html>

<https://www.halalmui.org/mui14/main/detail/alur-proses-ketetapan-halal-mui> di unduh 6 April 2021

<http://www.Logo-halal-MUI> didownload 30 September 2021 Jam 17.00 wib.

-----, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal-BPJPH.go.id situs resmi di upload tanggal 27 September 2021 Jam 17:35

-----, BPJPH.go.id situs resmi di upload tanggal 27 September 2021 jam 17:35

Hasan, Ali. 2009. *Marketing*, Yogyakarta: Media pressindo

Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Prenada Media, 2011

Jurnal manajemen keuangan vol: 5, No.1, Mei 2016.

Jurnal Paradigma Vol. 13, No. 01, Februari-Juli 2015. h. 105

Jurnal berkala Ilmiah efisiensi Volume 16 No. 1 tahun 2016

Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya (Madinah: Mujamma' Khadim al-Haramain asy-Syarifain al Malik Fahd li thiba'at al Mush-haf asy-Syarif, 2013)*

Lincoln Arsyad, *Ekonomi Manajerial*, (Yogyakarta: PBEF-Yogyakarta, 2008)

Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Ed. I, Cet.II; Jakarta: Grafindo Persada, 2001

Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta; PT.Raja Grafindo Persada.2006).

Muhammad Hidayat, *pengantar ekonomi syariah*, (Jakarta: Zikrul Media Intelektual, 2010)

Michael James, *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*, (Jakarta: Ghalia, 2001)

Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2005)

Mustafa Edwin Nasution Dkk, *Pengalaman Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2010)

Muh Zumar Aminuddin, *Sertifikasi Produk Halal: Studi Perbandingan Indonesia dan Thailand*|| *Jurnal Shahih LP2M IAIN Surakarta. 1, No 1*, (2016)

-----, *Sertifikasi Produk Halal: Studi Perbandingan Indonesia dan Thailand*|| *Jurnal Shahih LP2M IAIN Surakarta. 1, No 1*, (2016)

- Nur Chamid, *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010)
- Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta : Rajawawi Pers)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2000) Edisi 2.
- Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2000) Edisi 2.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal pasal 1 nomor 18
- , Nomor 39 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal pasal 1 ayat 7
- , Nomor 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan diakses 18 Desember 2020 jam 17.00 wib.
- Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama Dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008)
- Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Op.Cit.*
- Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1998)
- Paul Samuel Son dan William D Nor Hans, *Ekonomi*, Jilid. 1, (Jakarta: Airlangga, 1993)
- Suherman Rosidi, *Pengantar Teori Ekonomi (Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro Dan Makro, Edisi Revisi*, (Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada, 2012)
- Suherman Rasyidi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1998)
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*
- , *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*
- , *Statistika untuk Penelitian (Cet. XXVI; Bandung: Alfabeta, 2008)*
- Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Prakteknnya*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007)
- S. Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* ,(jakarta :RinekaCipta. 2010)

Tulus Tambunan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting, (Jakarta: LP3ES, 2012)

Tiktik Sartika Partomo&Abd. Rachman Soejoedono, “Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi”, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004)

Tulus Tambunan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia

Teti Indrawati Purnamasari, “Sertifikasi dan Labelisasi Produk Pangan Halal dalam Rangka Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia”, Jurnal--Istinbath, No. 1 Vol. 3 Desember 2005

Tulus T.H. Tambunan, UMKM di Indonesia, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009)

Undang-Undang Nomor tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6.

Umer Chapra , Masa Depan Ilmu Ekonomi, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001)

Wawancara langsung kepada pemilik Industri Rumah Tangga “Keripik Pisang Tunas” . Bapak Bambang, 8 Nopember 2021 jam 10.15-11.30 wib

W. Gulo, Metodologi Penelitian, Jakarta: Grasindo, 2002

-----,Metodologi Penelitian, Jakarta: Grasindo, 2002

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh label halal terhadap minat membeli produk UMKM di kota metro.

Assalamu’alaikum, wr.wb.

Responden yang terhormat.

Nama saya Abdul kodir, Mahasiswa Program Pascasarjana Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, sedang melakukan penelitian sebagai bahan Tesis saya. Olehkarnanya saya berharap kesedian responden untuk mengisi kuesioner yang telah saya buat dalam Pengaruh Labelisasi Halal terhadap minat beli produk UMKM di Kota Metro pada Konsumen UMKM Keripik Pisang Tunas Metro Timur Kota Metro. Semua informasi dalam kuesioner ini sifatnya rahasia dan digunakan untuk kepentingan akademis. Atas kesediannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu alaikum Wr.wb.

Hormat saya

Abdul Kodir
NPM. 18004812

I. Identitas Responden.

No.	Nama Responden	Alamat	Usia	Kepercayaa

II. Petunjuk pengisian.

Di bawah ini terdapat sejumlah pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan “Pengaruh Label Halal terhadap Minat membeli produk UMKM di Kota Metro”.

Pilihlah salah satu jawaban “SS, S, KS, TS, STS”. Pada pernyataan dibawah ini, sesuai demngan pandangan saudara ?

Keterangan :

SS : Sangat setuju = 5
S : Setuju = 4
KS : Kurang setuju = 3
TS : Tidak setuju = 2
STS : Sangat Tidak Setuju = 1

Contoh soal :

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Produk makanan diproses sesuai syariat Islam	✓				

Soal :**III. Soal Pernyataan Kuesioner Label Halal****a. Pengetahuan**

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Dengan adanya label halal dikeluarkan BPJPH-MUI, saya yakin produksi tersebut halal					
2.	Saya membeli produk makanan kemasan , karna adanya label halal yang dicantumkan					

b. Kepercayaan

3.	Saya merasa yakin produk tersebut halal, jika terdapat logo halal pada kemasan produk					
4.	Tidak akan berpengaruh buruk bagi saya, manakala bahan-bahan yang diolah tidak mengandung bahan yang yang diharamkan.					

c. Penilaian terhadap logo halal

5.	Tampa adanya logo halal, saya percaya makanan tersebut boleh dimakan, selama saya tidak mengetahui keharamannya.					
----	--	--	--	--	--	--

6.	Dengan adanya logo halal, saya lebih memilih produk yang memiliki logo halal yang resmi.					
----	--	--	--	--	--	--

Lampiran 2.

1. Data Jawaban Pernyataan Kuesioner Responden Label Halal.

HASIL KUESIONER LABELISASI HALAL

Pengaruh label halal terhadap minat membeli produk UMKM di kota metro.

Jumlah Responden : 93 Konsumen.

Pernyataan : 6 Item

RESPONDEN	BUTIR PERTANYAAN/ITEM						TOTAL
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	4	4	5	4	24
4	3	2	3	3	4	3	18
5	3	2	3	3	5	5	21
6	3	4	4	3	4	4	22
7	3	5	3	3	5	5	24
8	4	4	2	3	4	5	22
9	4	5	2	4	3	3	21
10	5	5	4	5	4	5	28
11	5	4	5	5	4	5	28
12	2	3	3	3	4	4	19
13	5	5	4	5	5	5	29
14	3	4	3	3	4	4	21
15	3	2	4	2	5	5	21
16	5	4	3	4	5	5	26
17	5	3	4	4	4	5	25
18	3	2	3	2	4	4	18
19	5	4	4	4	4	3	24

20	5	5	5	5	4	2	26
21	5	5	5	5	4	4	28
22	4	5	3	4	5	5	26
23	4	4	4	4	5	4	25
24	3	4	4	4	4	4	23
25	4	3	3	2	5	5	22
26	5	4	5	4	5	5	28
27	4	4	5	4	4	4	25
28	4	4	4	4	5	5	26
29	2	3	4	4	5	5	23
30	5	5	4	4	4	4	26
31	4	3	3	3	5	5	23
32	4	4	4	4	5	5	26
33	5	3	4	4	5	4	25
34	3	4	3	3	5	5	23
35	5	4	5	5	5	5	29
36	4	3	3	3	5	5	23
37	4	3	2	5	4	5	23
38	4	3	3	3	5	5	23
39	4	4	4	4	3	3	22
40	4	5	3	4	5	5	26
41	5	5	4	4	5	5	28
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	4	4	4	4	4	25
44	4	5	4	4	4	4	25
45	4	4	4	4	4	4	24
46	5	4	4	4	4	4	25
47	5	4	4	4	4	4	25
48	3	4	3	3	4	4	21
49	5	3	4	4	3	3	22
50	5	4	4	4	5	5	27
51	5	4	3	4	5	5	26
52	5	5	3	5	5	5	28
53	3	4	3	3	4	4	21
54	3	3	3	4	4	4	21
55	5	5	3	4	5	5	27
56	5	5	4	5	5	5	29
57	4	4	4	3	5	5	25
58	3	4	3	3	5	5	23
59	5	4	3	4	5	5	26
60	5	5	5	5	5	5	30
61	2	4	3	4	5	5	23
62	4	4	4	1	4	4	21

63	4	4	4	3	3	3	21
64	4	4	4	4	4	3	23
65	4	3	3	3	5	4	22
66	4	5	4	4	5	5	27
67	4	5	5	3	5	5	27
68	4	4	5	5	4	5	27
69	5	5	5	5	5	5	30
70	4	4	4	5	5	5	27
71	1	4	4	2	5	5	21
72	4	4	4	5	5	5	27
73	4	4	3	4	5	5	25
74	4	4	4	4	4	3	23
75	4	2	3	3	4	3	19
76	3	2	2	4	5	5	21
77	4	4	2	4	3	3	20
78	3	4	3	4	4	4	22
79	5	5	4	5	5	5	29
80	3	3	3	3	5	5	22
81	5	5	5	5	5	5	30
82	5	5	4	5	4	5	28
83	4	2	4	4	5	5	24
84	5	4	3	5	5	5	27
85	5	4	3	3	4	4	23
86	4	4	3	3	5	5	24
87	4	4	3	3	4	3	21
88	5	5	4	4	4	4	26
89	4	4	3	2	4	4	21
90	4	4	3	4	4	5	24
91	4	4	3	4	5	5	25
92	4	4	4	4	5	5	26
93	4	4	4	4	3	3	22

2. Jawaban Pernyataan Kuesioner Responden Minat membeli.

HASIL KUESIONER MINAT MEMBELI

Pengaruh label halal terhadap minat membeli produk UMKM di kota metro.

Jumlah Responden : 93 Responden.

Pernyataan : 6 Item

REKAPITULASI KUESIONER MINAT MEMBELI							
RESPONDEN	BUTIR PERTANYAAN/ITEM						TOTAL
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	3	4	4	4	23
3	4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	3	3	21
5	5	5	5	5	5	5	30
6	3	4	4	4	3	4	22
7	5	5	4	4	5	5	28
8	4	4	4	4	5	5	26
9	4	4	4	3	2	2	19
10	5	5	4	5	4	4	27
11	5	5	4	5	4	4	27
12	4	4	4	3	4	4	23
13	5	5	4	4	5	5	28
14	4	4	5	5	4	4	26
15	5	5	5	5	4	4	28
16	4	4	3	3	4	4	22
17	5	5	5	4	4	4	27
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	4	4	4	4	26
20	5	5	4	3	4	4	25
21	3	4	2	3	3	4	19
22	5	5	5	5	5	5	30
23	5	5	3	4	5	5	27
24	5	4	4	4	4	4	25
25	5	5	4	4	5	4	27
26	5	5	5	5	5	5	30
27	4	4	3	3	3	4	21
28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	4	4	3	4	4	23
31	5	5	5	5	4	5	29
32	4	5	5	5	4	5	28

33	5	4	4	4	5	5	27
34	5	5	5	5	5	5	30
35	5	5	5	5	5	5	30
36	5	5	4	5	5	5	29
37	4	4	4	5	4	4	25
38	5	5	5	5	5	5	30
39	3	4	4	4	3	4	22
40	4	4	4	4	5	5	26
41	5	5	5	4	5	5	29
42	4	4	4	5	4	4	25
43	5	5	4	3	4	4	25
44	4	4	5	4	4	4	25
45	3	3	3	4	4	4	21
46	4	4	5	4	4	4	25
47	4	4	4	5	4	4	25
48	4	4	5	4	5	4	26
49	5	5	5	5	4	4	28
50	5	5	5	5	5	5	30
51	5	5	4	5	5	5	29
52	5	5	5	5	5	5	30
53	4	4	4	4	4	4	24
54	5	4	4	4	4	4	25
55	5	5	5	4	5	5	29
56	5	5	5	2	2	5	24
57	5	5	5	5	5	5	30
58	5	5	4	4	5	5	28
59	5	5	4	4	5	5	28
60	5	5	5	5	5	5	30
61	4	4	4	4	5	5	26
62	4	4	5	4	5	4	26
63	3	3	3	3	2	2	16
64	3	3	3	4	3	3	19
65	4	4	4	4	4	4	24
66	5	5	5	5	5	5	30
67	5	5	4	4	5	5	28
68	4	4	4	4	5	5	26
69	5	5	5	5	5	5	30
70	5	5	5	4	5	5	29
71	5	5	5	5	5	5	30
72	4	5	5	5	5	5	29
73	5	5	1	5	5	5	26
74	5	5	3	4	4	3	24
75	2	3	4	3	2	3	17

76	5	5	3	5	5	5	28
77	4	4	4	4	3	4	23
78	4	4	4	4	4	4	24
79	5	5	5	5	5	5	30
80	5	5	5	5	5	5	30
81	5	5	5	5	5	5	30
82	4	4	4	4	5	5	26
83	3	4	5	4	5	5	26
84	3	5	5	5	3	5	26
85	4	4	4	4	4	4	24
86	5	4	4	5	5	5	28
87	4	4	4	4	3	3	22
88	5	5	4	4	5	5	28
89	5	5	4	4	5	5	28
90	5	4	5	5	5	5	29
91	5	5	5	5	5	5	30
92	5	5	4	4	4	5	27
93	4	4	4	3	4	3	22

Lampiran : 3

1. Hasil uji Analisis Data Kuesioner

a. Hasil uji validitas variabel (X) dan variabel (Y)

No. Item	Koefisien Korelasi butir total			keterangan
	r hitung (X)	r hitung (Y)	r tabel	
1	.675	.790	0.2039	valid
2	.661	.804	0.2039	valid
3	.583	.608	0.2039	valid
4	.736	.721	0.2039	valid
5	.436	.835	0.2039	valid
6	.489	.832	0.2039	valid

b. Hasil Uji reliabilitas label halal (X)

Variabel	<i>Alpha cronbach's</i>	Keterangan
Label halal	0.651	<i>Reliabel</i>

Hasil Uji reliabilitas minat membeli (Y)

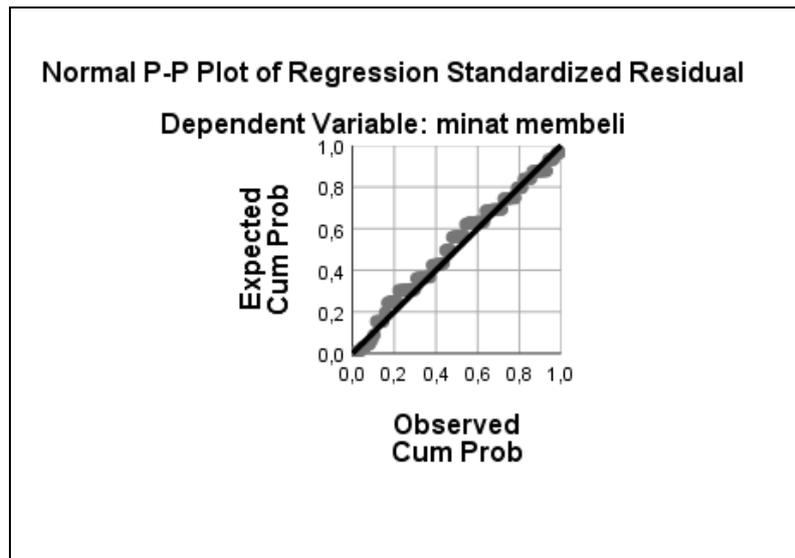
Variabel	<i>Alpha cronbach's</i>	Keterangan
Minat membeli	0.854	<i>Reliabel</i>

c. Hasil uji normalitas *kolmogorov-smirnov*

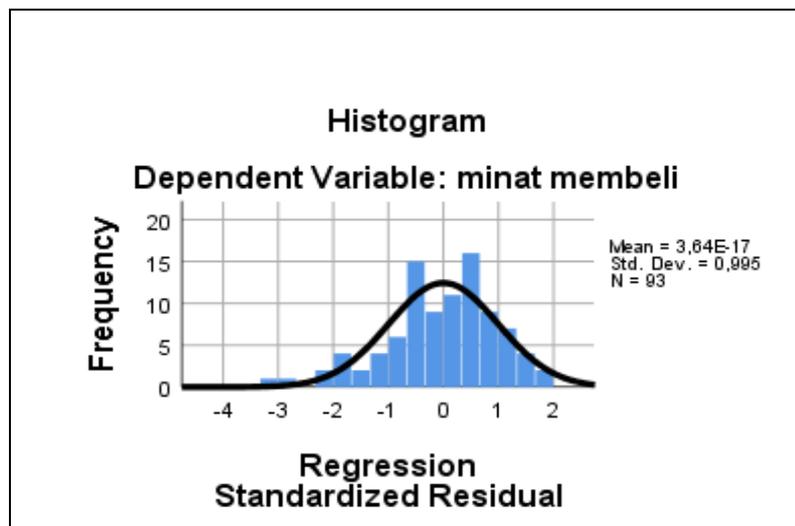
		Unstandardized Residual
Responden (N)		93
Normal parameters	Mean	,0000000
	Std.deviation	2,97152470
	Absolute	,087
	Positive	,057
	negative	-,087
Tes statistic		,087
Asymp.Sig. (2-tailend)		,081 ^c

- a. Tes distribution is normal
- b. Calculated from data
- c. Lilliefors significance correction

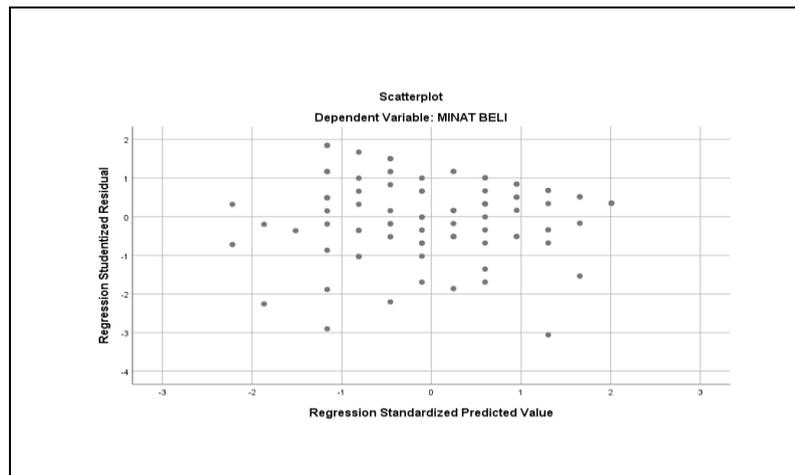
d. Hasil uji Normalitas pendekatan grafik plot



e. Hasil Histogram uji normalitas



f. Hasil Uji Heteroskedastisitas



2. Hasil uji regresi linier sederhana

a. Hasil uji F (uji simulutan)

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	179.536	1	179.536	20.112	0.000
	Residual	812.356	91	8.927		
	Total	991.892	92			

b. Hasil uji t (uji persial)

Coefficients						
Model		Unstandardized coefficients	Standardized Coefficients			
1	(Constant)	B	Std. Error	Beta	t	Sig
		14.226	2.684		5.300	0.000
	X	0.492	0.110	0.425	4.485	0.000
Dependent Variabel y						

c. Hasil koeffisien diterminasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	.425	.181	.172	2.988
a. Predictors. (Constant). X				

Lampiran : 4**Gambae Aktivitas UMKM Keripik Pisang Tunas****GAMBAR LOKASI DAN SUASANA AKTIFITASKERIPIK PISANG TUNAS****Jln. Mujair No. 27 Yusodadi 21, Kec. Metro Timur Kota Metro**







**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
PASCASARJANA
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung INDONESIA 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: pps.metrouniv.ac.id;
Email: ppsiainmetro@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN
Nomor. /In.28/PPs/PP.009/05/2022**

Pascasarjana institut Agama Islam Negri Metro Program Studi Ekonomi Syariah menerangkan bahwa:

Nama : **Abdul Kadir**

NPM : **18004812**

Judul : **PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP MINAT MEMBELI
PRODUK UMKM DI KOTA METRO**

Sudah melakukan uji plagiasi tesis melalui program Turnitin dengan tingkat kemiripan 24%.
Demikianlah surat keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagai mana mestinya
dan kepada pihak-pihak yang bersangkutan harap maklum

Metro, 20 Mei 2022
Kaprodi Ekonomi Syariah



Putri
Swastika,

M.IF, Ph.D
NIP. 198610302018012001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PASCASARJANA**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: pps.metrouniv.ac.id;
email: ppsiaimetro@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 113/In.28/PPs/PP.00.9/04/2022

Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Metro menugaskan kepada Sdr.:

Nama : **Abdul Kadir**
NIM : **18004812**
Semester : **VIII (Delapan)**

- Untuk :
1. Mengadakan observasi prasurvey/survey di UMKM Keripik Tunas dan guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan TESIS mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Membeli Produk UMKM Di Kota Metro"
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal 14 April 2022 sampai dengan selesai

Kepada pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terimakasih.

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Bambang S.

Dikeluarkan di: Metro
Pada Tanggal : 14 April 2022

Direktur

Dr. Mukhtar Hadi, S.Ag, M.Si
NIP. 19730710 199803 1 003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Alamat: Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507. Fax. (0725) Email: iaimetro@yahoo.com Website: www.iaimetro.ac.id

KARTU BIMBINGAN TESIS

Nama : Abdul kadir Prodi : Ekonomi Syariah
NPM : 18004812 Semester : VIII (Delapan)

No	Hari/Tanggal	HAL-HAL YANG DIREVISI	TTD
	Senin 14/03/2022	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi dan katalis kole. harus jelas sumber rujukan. (lihat pedoman tesis) - Revisi dan Daftar pustaka (lihat pedoman tesis). 	
		<ul style="list-style-type: none"> - Revisi dan Kalimat. susun kalimat atas badan atas tengah - Revisi dan ayat/soal. Zucaban final 14/03 	
	Selasa 19/03/2022	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi dan Daftar pustaka - DRH - Jambak & Belalang. 	

Diketahui Oleh,
Ketua Program Studi

Dr. Putri Swastika, M.IF.
NIP. 19861030 201801 2 001

Metro, 09 Maret 2022
Pembimbing I

Dr. Mukhtar Hadi, S.Ag, M.Si
NIP. 197307101998031003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

Alamat: Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507. Fax. (0725) Email: iaimetro@yahoo.com Website: www.iaimetro.ac.id

KARTU BIMBINGAN TESIS

Nama : Abdul kadir
NPM : 18004812
Prodi : Ekonomi Syariah
Semester : VIII (Delapan)

No	Hari/Tanggal	HAL-HAL YANG DIREVISI	TTD
1	27-12-2021	<p>Pengecekan EYD Bahasa Indonesian, sisem cara penulisan tesis yang benar, sitasi. Dengan mengarahkan pada buku pedoman penulisan tesis yang di keluarkan oleh Pascasarjana Ediai Revisi-2018.</p>	
2	18-01-2022	<p>Mohon tambahkan screenshot Bukti pengambilan data, ditambahkan pada halaman 80. Gunakan buku pedoman penulisan tesis pascasarjana.</p>	
3	21-01-2022	<p>Lanjutkan ke Pembimbing 1</p>	

--	--	--	--

Diketahui Oleh,
Ketua Program Studi



Putri Swastika, Ph. D
NIP. 19861030 201801 2 001

Metro, 08 Maret 2022
Pembimbing II



Putri Swastika, Ph. D
NIP. 19861030 201801 2 001

RIWAYAT HIDUP



Abdul kadir dilahirkan di Baturaja Sumatra Selatan Pada tanggal 07 Nopember 1986, anak ke empat dari pasangan ayahanda Basli, HS (Alm) dan Ibunda Zahriya.

Pendidikan Dasar penulis di tempuh di Madrasah Ibtidakiyah Pondok Pesantren Nurul Islam (PPNI) Sribandung-Sumatra Selatan dan selesai pada tahun 1999, kemudian melanjutkan di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Nurul Islam (PPNI) Sribandung, Sumatra Selatan dan selesai pada tahun 2002, sedangkan pendidikan Menengah Atas pada Pondok Modren Darussalam Gontor, Ponorogo Jawa Timur, Kemudian mengikuti pendidikan penyetara di Rama Putra Bandung Jawa Barat Selesai Pada Tahun 2005, kemudian melanjutkan pendidikan di STAIN Jurai Siwo Metro yang sekarang berganti menjadi IAIN Metro Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Islam selesai pada tahun 2012, kemudian melanjutkan studi pada Pascasarjana IAIN Metro Mengambil Program studi Ekonomi Syariah (Hesy) tahun 2018.

Yang sedang ditekuni antarlain sebagai Ketua KSPPS Ma'rifat Mandiri Group dan CEO UMKM TJ. Flowers Group di Lampung.