

PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT MUSLIM MOJOKERTO

Diah Syifaul A'yuni – Sundari – Rahma Sandhi Prahara

Institut Pesantren KH Abdul Chalim

diah.ayuni87@gmail.com – sundarifrejte89@gmail.com – rsandhiprahara@gmail.com

Received: 30-01-2022

Revised: 15-02-2022

Accepted: 28-02-2022

Abstract

The issuance of halal labels on a product holds significant importance for the Indonesian society, the majority of whom adhere to Islam. The halal label refers to the inclusion of the term "halal" on product packaging to affirm that the product complies with halal standards. This is crucial as it provides assurance to the Muslim community that the product aligns with the principles of Islam. Thus, halal labeling serves not only as a marker but also becomes a determinant in purchase decisions, instilling confidence and belief among consumers regarding the halal status of a product. According to Government Regulation No. 69 of 1999 on halal labels, a halal label is any information related to food in the form of images, text, a combination of both, or any other form included, attached, or part of food packaging. Halal labeling serves as a reference for the Muslim community in determining the items they will purchase. Purchase interest is something that arises after receiving stimuli from a product observed, leading to a desire to buy and own it. To create products that are favored by the community, systematic planning is necessary to influence consumer purchase interest in the marketed products. This research adopts a quantitative approach through survey methods, utilizing both primary and secondary data. Data collection involves the use of questionnaires. The research results indicate that Halal Labeling influences the purchase interest of the Muslim community in Mojokerto.

Keywords: *Halal Labeling, Purchase Interest, Muslim Community.*

Abstrak

Pemberian label halal pada suatu produk memiliki signifikansi yang besar bagi masyarakat Indonesia, yang mayoritas menganut agama Islam. Label halal merujuk pada penulisan atau pernyataan "halal" pada kemasan produk untuk menegaskan bahwa produk tersebut diakui sebagai produk yang memenuhi standar kehalalan. Hal ini sangat penting karena memberikan jaminan kepada masyarakat muslim bahwa produk tersebut dapat dikonsumsi sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam. Dengan demikian, labelisasi halal tidak hanya menjadi bentuk penanda, tetapi juga menjadikan minat beli dan akhirnya akan menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian, memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen tentang status kehalalan suatu produk. Berdasarkan Peraturan pemerintah No 69 tahun 1999 tentang label halal menyebutkan bahwa label halal adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan kedalam, ditempelkan pada atau bagian kemasan pangan. Labelisasi Halal adalah salah satu yang menjadi acuan masyarakat muslim untuk menentukan barang yang akan dibeli. Minat beli merupakan sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian muncul keinginan untuk membeli dan memilikinya. Untuk menghasilkan produk yang



diminati oleh masyarakat, diperlukan perencanaan sistematis untuk mempengaruhi minat pembelian konsumen terhadap produk yang akan dipasarkan. Tujuan dari penelitian ini adalah melihat pengaruh antara labelisasi halal dengan minat beli masyarakat muslim Mojokerto. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan metode survei. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan juga data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner. Pada hasil penelitian sesuai dengan Uji SPSS menyatakan bahwa Labelisasi Halal berpengaruh terhadap minat beli Masyarakat Muslim Mojokerto.

Kata Kunci: *Labelisasi Halal, Minat Beli, Masyarakat Muslim*

PENDAHULUAN

Kata halal (*halal, halaal*) adalah istilah bahasa Arab dalam agama islam yang berarti “diizinkan” atau “boleh”. Secara etimologi, halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya.¹ Menurut syariat Islam, landasan hukum produk halal sesuai syariat Islam antara lain terdapat dalam QS. Al-Baqarah ayat 168 :

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan: karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.²

Label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Label halal diperbolehkan setelah mendapat sertifikat halal. Sertifikat halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat islam. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantum label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam.³

Berdasarkan Peraturan pemerintah No 69 tahun 1999 tentang label halal dan iklan pangan menyebutkan label halal adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan kedalam, ditempelkan pada atau bagian kemasan pangan. Produk halal adalah produk pangan, obat, komestik dan produk lain yang tidak mengandung unsur atau barang-barang haram dalam proses pembuatannya serta dilarang untuk dikonsumsi umat islam baik yang meyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan pembantu lainnya termasuk bahan produksi yang diolah melalui

¹ Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam* (Surakarta: Era Intermedia, 2007), 5.

² Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 168.

³ Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm 140.

proses rekayasa genetika dan iradiasi yang pengolahannya dilakukan sesuai dengan syari'at Islam serta memberikan manfaat yang lebih daripada kerugian.⁴

Penjelasan mengenai status halal pada suatu produk sangat krusial bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam. Pencantuman label halal menjadi kewajiban baru, terutama ketika setiap pihak yang terlibat dalam produksi dan distribusi makanan di Indonesia menyatakan bahwa produk tersebut sesuai dengan prinsip halal dalam Islam. Sertifikat produk halal menjadi bukti resmi dalam bentuk fatwa halal yang dikeluarkan oleh Dewan Pimpinan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam bentuk sertifikat. Sertifikat Halal MUI menjadi syarat utama untuk mendapatkan izin untuk mencantumkan label halal pada kemasan produk, yang dikeluarkan oleh otoritas pemerintah yang berwenang. Proses sertifikasi halal MUI diterapkan pada berbagai jenis produk, termasuk makanan, obat-obatan, kosmetik, dan produk lainnya, dengan tujuan memberikan kepastian mengenai status kehalalan produk tersebut.

Pencantuman label halal pada produk dilakukan untuk memberikan perlindungan terhadap masyarakat atau konsumen muslim. Dengan adanya labelisasi halal pada kemasan produk, maka secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan munculnya rasa aman dan nyaman dalam mengkonsumsi produk tersebut, sehingga akan meningkatkan kepercayaan serta minat beli yang disebabkan keputusan pembelian pada produk dengan label halal. Dari keterangan tersebut menunjukkan bahwa teori labelisasi halal dapat diterapkan dengan baik dan bisa memberikan pengaruh positif terhadap minat beli konsumen.⁵

Produk halal adalah produk yang memenuhi beberapa kriteria sebagai berikut: 1. tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi. 2. tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan, antara lain bahan yang diambil dari organ manusia, kotoran, dan darah 3. semua hewan halal yang disembelih sesuai dengan tuntunan syariat Islam 4. seluruh penyimpanan, penjualan, pengolahan, pengelolaan dan transportasi bahan tersebut bukan bekas dipakai untuk babi, kecuali setelah dibersihkan dengan tata cara syariat Islam. Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamr.⁶

Label sendiri merupakan bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasasan atau pula

⁴Tri Widodo, "*Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie*", Skripsi (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015), hlm 58.

⁵Ismi Aziz Makrufah, "*Pengaruh Citra Merek Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Konsumen Outlet Toserba Laris Kertasura)*", Skripsi (Surakarta : IAIN Surakarta, 2017), hlm 28.

⁶Qardhawi, Yusuf, "*Halal Haram dalam Islam*", terjemahan Wahid Ahmadi dkk, Solo: Era Intermedia, 2003.

etiket (tanda pengenal) yang dicantumkan pada produk. Label terbagi kedalam tiga klasifikasi yaitu: Brand label, Descriptive label, Grade label.⁷ labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.⁸ Labelisasi halal pada sebuah produk itu sangat penting untuk menarik minat beli dan sangat membantu masyarakat muslim untuk lebih mudah dalam menentukan keputusan pembelian terhadap suatu barang.

Apabila konsumen memiliki pemahaman yang jelas mengenai identitas suatu produk, hal tersebut memungkinkan mereka untuk melakukan pemilihan sesuai dengan preferensi mereka. Dalam kerangka ini, penyediaan informasi merupakan suatu usaha untuk meningkatkan kesejahteraan dan memberikan keleluasaan kepada konsumen dalam menggunakan hak pilih mereka.

Minat beli adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Bila manfaat mengkonsumsi produk yang dirasakan lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi. Sebaliknya bila manfaatnya lebih kecil dibandingkan pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan pada umumnya beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis.⁹

Minat beli adalah tahapan dimana konsumen untuk mencari informasi, membandingkan, dan memikirkan tentang kemungkinan bahwa produk itu mampu memenuhi kebutuhannya. Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi, yang merupakan tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.¹⁰ Dalam dunia bisnis yang sekarang ini kita akan sering mengenal dan mendengar berbagai macam taktik atau kiat dari penjual baik penjual partai besar maupun partai kecil dalam menarik pembeli atau pun calon pembelinya untuk membeli produk nya atau hanya sekedar melihat-lihat. Minat beli di peroleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi.

Minat yang timbul saat melakukan pembelian menciptakan dorongan yang terus tertanam dalam pikiran dan menjadi sebuah aktivitas yang mempunyai daya pengaruh yang

⁷ Stanton, Wiliam J., *"Prinsip-prinsip Pemasaran"*, Erlangga, Jakarta (2004).

⁸ Sukesti, F. dan Mamdukh B. 2014. *"The Influence Halal Label And Personal Religiosity On Purchase Decision On Food Products In Indonesia"*. International Journal of Business, Economics and Law, 1(4) (2014), 150-153.

⁹ Kotler, Keller, *Marketing*, (2003), 206.

¹⁰ Esthi Dwityanti, *"Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri"*, Semarang : Magister Manajemen Universitas Diponegoro, 2008, 11.

signifikan, hingga pada akhirnya konsumen memenuhi kebutuhannya dan mewujudkan apa yang terpikirkan sebelumnya. Minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.¹¹ Fungsi dari minat konsumen merupakan fungsi dari mutu produk dan mutu layanan.¹² Sehingga bisa dikatakan kalau fungsi sebuah minat sangat mempengaruhi seseorang untuk menentukan sebuah keputusan melakukan pembelian terhadap suatu barang atau jasa. Dengan adanya kemunculan minat beli dalam diri seseorang, merupakan salah satu tolok ukur bagi masyarakat untuk menentukan pilihan dari berbagai macam barang dan jasa yang ada.

Minat beli merupakan sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian muncul keinginan untuk membeli dan memilikinya. Minat beli merupakan suatu yang memiliki hubungan dengan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk yang dibutuhkan konsumen. Dalam menarik minat beli konsumen dapat dilakukan dengan lokasi yang mudah dituju dan harga yang sesuai dengan semua kalangan.¹³ Untuk membuat sebuah produk yang diminati oleh masyarakat muslim perlu strategi untuk menciptakan sebuah pengaruh terhadap minat beli konsumen atau pasar atas produk-produk yang akan di pasarkan.

Indonesia merupakan salah satu Negara yang memiliki masyarakat yang beragama islam terbesar termasuk salah satu daerahnya yaitu daerah Mojokerto. Daerah Mojokerto memiliki jumlah penduduk yang beragama islam lebih besar di antara agama-agama yang lain. Seperti terlihat dalam data berikut pada setiap kecamatannya:

Tabel 1 Jumlah Penduduk dengan Pemeluk Agama di setiap Kecamatan di Mojokerto

Kecamat an Subdistrict	Islam	Protestan Protestant	Katolik Catholic	Hindu	Budha Buddha	Lainnya Others
Jatirejo	42 549	160	15	2	-	-
Gondang	42 469	451	77	179	75	-
Pacet	50 288	452	128	1	20	-
Trawas	39 442	44	61	5	2	-
Ngoro	75 288	189	24	7	9	-
Pungging	79 808	400	94	100	87	1

¹¹Berty Windi Tondang, “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Pekanbaru” *Jurnal Administrasi Bisnis*, Universitas Riau, Edisi 2, Vol 6, (Juli-Desember 2019), 7.

¹² Meylin Rahmawati, *Analisis Faktor –Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Konsumen*, Semarang: Magister Manajemen (Universitas Diponegoro, 2008), 20.

¹³ Arrahma Elian Tania, Haris Hemawan, Ahmad Izzuddin, “Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen”, *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, No. 1, Vol. 9, (2022), 5.

Kutorejo	64 414	220	11	13	14	-
Mojosari	80 301	446	230	1 011	-	12
Bangsalsari	47 024	57	5	9	8	-
Mojoanyar	47 673	783	264	41	11	-
Dlanggu	60 916	1 086	33	9	37	-
Puri	72 412	972	208	22	22	-
Trowulan	81 947	261	33	26	28	8
Sooko	75 434	480	250	29	29	-
Gedek	71 130	525	124	22	18	-
Kemlagi	56 837	572	43	11	7	-
Jetis	85 793	623	78	4	20	-
Dawar Blandong	52 035	1 005	120	5	2	-
Kabupaten Mojokerto	1 125 760	8 726	1 798	1 496	389	21

Sumber : BPS 2020

Masyarakat Muslim adalah masyarakat terbuka yang menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan kehidupan secara universal, tanpa memandang asal usul suku bangsa dan perbedaan agama.¹⁴ Masyarakat Muslim merupakan kelompok manusia yang bekerja sama dan hidup bersama berdasarkan prinsip Al Qur'an dan Al-Hadist dalam kehidupannya.¹⁵

Dalam perspektif Islam, masyarakat dianggap sebagai sarana untuk menerapkan ajaran-ajaran Islam yang mencakup berbagai aspek kehidupan bersama. Konsep ini menekankan bahwa masyarakat seharusnya menjadi landasan bagi kerangka kehidupan dunia yang menitikberatkan pada kesatuan dan kerja sama umat menuju pertumbuhan manusia yang menghasilkan persamaan dan keadilan. Dengan kata lain, masyarakat dalam pandangan Islam dianggap sebagai wadah untuk menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari, sehingga terwujud suatu komunitas yang menjunjung tinggi prinsip persamaan dan keadilan. Bukanlah disebut masyarakat Islam apabila selalu diliputi perasaari dendam, yang muncul akibat kezaliman sosial dan perlakuan buruk sebagian orang terhadap sebagian yang lainnya. Bentuk interaksi seperti ini tidak diakui keberadaannya dalam Islam.¹⁶

Masyarakat muslim memiliki sebuah karakteristik yang mengacu pada pedoman agama islam yaitu sesuai dengan Al-qur'an dan Hadist. Karakteristik masyarakat Muslim adalah masyarakat yang memiliki sifat- sifat positif dan menjunjung tinggi nilai-nilai kebajikan yang diajarkan oleh Islam. Setiap anggota masyarakatnya memainkan peran masing-masing untuk membangun masyarakat secara harmonis dengan mencerminkan kerukunan, Kedamaian dan kerukunan menjadi karakteristik utama dari masyarakat yang bercorak islami.

Masyarakat yang ada di Mojokerto yang sebagian besar juga merupakan masyarakat muslim, mengantisipasi maraknya barang-barang terutama makanan yang beredar di pasar dengan memilah dan memilih mana yang layak dikonsumsi seorang muslim, yang halal dan

¹⁴ Endang Saifuddin Anshari, *Wawasan Islam*, Bandung: Mizan, 1986. 72.

¹⁵ Sidiyasa Gazalba, *Masyarakat Islam Pengantar Sosiologi dan Sosiogarafi*. Jakarta: Bulan Bintang, 1976. 126.

¹⁶ Al-Qardhawy, *Masyarakat Berbasis Syariah Islam. Aqidah, Ibadah, Akhlaq*, Solo: Era Intermedia. 2003. 139.

memberikan manfaat bagi kehidupan mereka. Salah satunya adalah dengan melihat label halal yang tertera pada produk-produk di pasar, ada atau tidaknya label halal menjadi penentu minat beli dan keputusan terhadap pembelian produk-produk yang beredar tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penulisan naskah jurnal ini adalah penelitian kuantitatif. yang merupakan penelitian yang menggunakan angka-angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran sampai pada penarikan kesimpulan. Penelitian ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹⁷

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan metode survei. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif maka data-data yang diperoleh dari lapangan diolah menjadi angka-angka. kemudian untuk mengetahui hasil olah data yang di inginkan maka angka-angka yang didapat diolah menggunakan metode statistic dengan analisis regresi sederhana. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh variabel Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Masyarakat Muslim Mojokerto.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Labelisasi halal yang tertera pada produk-produk di pasar daerah Mojokerto sudah banyak yang tercantumkan dan sudah sesuai dengan kajian teorinya yaitu *Brand label* (label merek), *Descriptive label* (label deskriptif), *Grade label* (label kelas). 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 pengenal) yang dicantumkan pada produk.

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.¹⁸ Keputusan menteri dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mengenai beberapa hal yang terkandung:

- a. Nama produk
- b. Daftar bahan yang digunakan

¹⁷ Sugiono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", (Bandung: Alfabeta: 2017), 7.

¹⁸ Sukesti, F. dan Mamdukh B. 2014. "The Influence Halal Label And Personal Religiosity On Purchase Decision On Food Products In Indonesia". *International Journal of Business, Economics and Law*, 1(4) (2014), 150-153.

- c. Berat bersih atau isi bersih
- d. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan kedalam wilayah Indonesia
- e. Keterangan tentang halal
- f. Tanggal, bulan dan tahun kadaluwarsa

Dengan demikian label halal adalah label yang diberikan pada produk yang telah memenuhi kriteria halal menurut agama islam. Label halal diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. Gambar, merupakan hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, orang, tumbuhan, dsb).
- b. Tulisan, merupakan hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca.
- c. Kombinasi gambar dan tulisan, merupakan gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian.
- d. Menempel pada kemasan, dapat diartikan sebagai sesuatu yang melekat (dengan sengaja atau tidak sengaja) pada kemasan (pelindung suatu produk).¹⁹

Produk-produk yang beredar di daerah Mojokerto, berdasarkan survei yang dilakukan oleh peneliti sudah banyak yang berlabel halal dari lembaga MUI yang sudah mengeluarkan sertifikatnya terhadap produk tersebut dan ditempel pada kemasan di luar produknya. Produk-produk ini sebagian besar merupakan produk impor yang berasal dari Negara lain yang sebagian besar penduduknya bukan beragama islam. Dengan adanya labelisasi halal pada produk tersebut menjadi salah satu acuan masyarakat muslim Mojokerto memiliki minat dan memutuskan untuk membeli barang tersebut dengan perasaan aman dan nyaman.

Masyarakat di Mojokerto, yang sebagian besar beragama Islam, merespon peningkatan barang di pasar, terutama makanan, dengan melakukan seleksi dan pemilihan produk yang sesuai dengan prinsip keislaman mereka. Mereka cenderung memilih produk yang halal dan memberikan manfaat bagi kehidupan mereka. Salah satu kriteria penilaian yang digunakan adalah melihat adanya label halal pada produk yang beredar di pasar. Keberadaan atau ketiadaan label halal menjadi faktor penentu dalam minat beli dan keputusan pembelian terhadap produk-produk yang tersedia

Minat beli sendiri dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:²⁰

¹⁹ Ghina Kamilah, "Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, hlm 2.

²⁰ Ferdinand Augusty, "Metode Penelitian Manajemen", Semarang: Badan Penerbit (Universitas Diponegoro, 2006), 18.

- a. Minat beli transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk selalu membeli produk yang telah dikonsumsi.
- b. Minat beli referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensi produk yang sudah dibelinya agar juga dibeli orang lain dengan referensi pengalaman konsumsinya.
- c. Minat beli preferensial, yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk yang telah dikonsumsi.
- d. Minat beli eksploratif, yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang ditangani.

Minat beli masyarakat muslim Mojokerto terhadap produk-produk yang beredar di pasar sudah sesuai dengan indikator di atas, perilaku masyarakatnya saat akan mengonsumsi produk-produk yang diminatinya itu dengan mencari informasi-informasi yang tertera di kemasan produknya juga lewat sosial media yang ada. Banyak produk-produk impor yang masuk di pasar Mojokerto sudah banyak yang berlabel halal yang di tempel di luar kemasan dan sudah banyak yang diinformasikan di sosial media yang ada seperti Instagram, TikTok dan sebagainya.

Kehadiran LPPOM-MUI juga memberikan dampak positif bagi masyarakat muslim Indonesia terutama masyarakat muslim Mojokerto dalam mendapatkan produk halal. Dengan adanya label halal, konsumen muslim dapat dengan yakin menentukan produk yang dapat mereka konsumsi, yaitu produk yang telah terverifikasi dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Konsumen Muslim memilih dengan hati-hati apakah akan mengonsumsi produk tanpa label halal dan keputusan untuk membeli produk dengan atau tanpa label halal merupakan hak konsumen. Dari perspektif konsumen, terdapat variasi persepsi dalam memutuskan pembelian suatu produk. Beberapa konsumen mungkin tidak terlalu memperhatikan kehalalan produk, sementara yang lain tetap teguh pada prinsip bahwa suatu produk harus memiliki label halal. Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk dipengaruhi oleh tingkat minat beli mereka.

Untuk melihat pengaruh variabel labelisasi halal terhadap minat beli masyarakat muslim dapat dilihat melalui uji yang telah dilakukan pada penelitian ini yaitu uji statistik T, tujuan dilakukannya uji ini adalah untuk mengetahui bentuk regresi ini variabel bebas (independen) secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (dependen) sesuai dengan data yang diolah menggunakan software IBM SPSS 15, hasil analisis didapatkan dari pengaruh positif dan signifikan antara variabel bebas/independen (Labelisasi Halal) terhadap

variabel terikat/dependen (Minat Beli). Hal ini sesuai dengan rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel labelisasi halal terhadap minat beli masyarakat muslim Mojokerto.

Tabel 2 Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	12.609	3.172		3.975	.000
	X	.605	.090	.576	6.751	.000

Sumber : diolah peneliti

Nilai t hitung dari variabel labelisasi halal sebesar 6,751 dan nilai t tabel sebesar 1,662. Dari tabel tersebut dapat diketahui juga untuk nilai signifikansi dari variabel Labelisasi Halal sebesar 0,000. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan peneliti, menunjukkan bahwa t hitung > t tabel dan juga nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak, berarti variabel labelisasi halal terdapat pengaruh terhadap minat beli.

Dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal terdapat pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli masyarakat muslim Mojokerto. Pada variabel labelisasi halal menunjukkan angka koefisien regresi yaitu 0,000 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel labelisasi halal mengalami kenaikan, maka minat beli juga akan meningkat.

Dari hasil kuesioner yang diterima dan telah dianalisis melalui SPSS dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal ini dipengaruhi oleh factor-faktor labelisasi halal yaitu logo label halal, tulisan label halal, dan label halal yang menempel pada kemasan. Sehingga nilai t hitung dari variabel labelisasi halal sebesar 6,751 dan nilai t tabel sebesar 1,662. Dari tabel tersebut dapat diketahui juga untuk nilai signifikansinya ialah sebesar 0,000.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan jika label halal dalam sebuah produk dapat meyakinkan masyarakat muslim untuk berminat membeli barang tersebut sehingga akan mejadi sebuah keputusan juga untuk akhirnya membeli barang tersebut. Masyarakat muslim di Mojokerto merasa aman dan nyaman untuk membeli barang atau produk tersebut karena sudah jelas bebas dari unsur haram atau unsur larangan agama islam lainnya. Mereka memiliki kepercayaan tinggi terhadap produk yang sudah berlabel halal sehingga aman untuk dikonsumsi sehari-hari.

Pernyataan ini sejalan dengan pandangan Philip Kotler yang menyatakan bahwa keyakinan dan sikap memiliki minat beli adalah dampak pada keputusan pembelian individu.

Keyakinan umumnya berakar pada iman, dan sikap mencakup aspek-aspek seperti agama, politik, pakaian, makanan, serta berbagai aspek lain yang membentuk pandangan seseorang terhadap suatu hal. Ini juga relevan dengan prinsip-prinsip etika konsumsi dalam Islam, di mana keputusan pembelian seringkali didasarkan pada prinsip kehalalan (halal) dan kebaikan (thoyiban), dengan preferensi konsumen Muslim terhadap produk yang memenuhi standar kehalalan dan memberikan manfaat yang baik (maslahah).

Selain itu, keberadaan label halal pada kemasan produk juga menunjukkan bahwa konsumen akan lebih yakin saat membeli suatu produk. Berdasarkan hasil kuesioner, banyak responden atau mahasiswi menyatakan bahwa memilih produk yang memiliki label halal memberikan kepuasan, rasa aman, dan kepercayaan terhadap kehalalan serta keamanan produk tersebut. Persepsi ini memengaruhi proses dimana orang akan melakukan pemilihan, pengaturan, dan pertimbangan terhadap produk yang akan mereka konsumsi. Setelah terbentuknya persepsi tersebut, muncul keyakinan dan sikap masyarakat terhadap produk dengan label halal. Pada akhirnya, keyakinan dan sikap tersebut memengaruhi keputusan pembelian masyarakat.

Mengonsumsi produk yang dinyatakan halal dalam Al-qur'an merupakan perintah langsung dari Allah, dengan tujuan untuk kebaikan manusia itu sendiri. Pemberian informasi mengenai kehalalan produk, terutama di Indonesia, memiliki signifikansi yang besar karena bertujuan melindungi masyarakat Muslim agar dapat menghindari konsumsi produk yang dianggap haram. Penerapan standar halal tidak hanya memberikan kejelasan dalam kualitas produk, tetapi juga memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Produk yang telah terjamin kehalalannya memberikan ketenangan pikiran secara langsung kepada konsumennya, menghilangkan keraguan terkait bahan baku dan proses produksi. Pentingnya label halal di Indonesia ditegaskan dengan adanya pengawasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

KESIMPULAN

Memberikan label halal pada produk, dapat mengurangi ketidakpastian konsumen terhadap kehalalan produk yang mereka beli. Konsumen, khususnya dalam masyarakat Muslim, perlu lebih berhati-hati dan selektif terhadap status kehalalan suatu produk. Labelisasi membantu konsumen untuk mendapatkan informasi mengenai sifat dan bahan-bahan yang digunakan dalam produk, memungkinkan mereka untuk membuat pilihan di antara berbagai produk yang bersaing. Informasi ini menjadi kunci bagi konsumen yang mencari produk halal, karena informasi yang simetris memungkinkan mereka membuat keputusan yang informasinya

sejajar, memberikan kesejahteraan bagi konsumen. Dengan adanya labelisasi, terwujud keadilan pasar bagi konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, Labelisasi halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli masyarakat muslim di Mojokerto. Fakta ini menunjukkan bahwa penempelan label halal pada suatu produk memiliki dampak positif yang besar, memungkinkan produk tersebut lebih menarik minat beli bagi masyarakat Muslim dan dapat memengaruhi keputusan pembelian mereka. Keputusan pembelian sering kali didasarkan pada persepsi minat beli di awal, di mana konsumen memilih, mengatur, dan mempertimbangkan produk yang akan mereka konsumsi. Setelah terbentuknya persepsi tersebut, muncul keyakinan dan sikap dalam masyarakat terhadap produk yang memiliki label halal. Pada akhirnya, keyakinan dan sikap ini berperan dalam memengaruhi keputusan pembelian masyarakat. Pernyataan ini sesuai dengan pandangan Philip Kotler yang menyatakan bahwa keyakinan dan sikap memiliki dampak pada perilaku pembelian individu, sekaligus sejalan dengan etika konsumsi Islam yang menekankan pada prinsip dasar kehalalan dan kebaikan (halalan thoyiban).

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qardhawy, *Masyarakat Berbasis Syariah Islam. Aqidah, Ibadah, Akhlaq*, Solo: Era Intermedia. 2003. 139.
- Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 168.
- Arrahma Elian Tania, Haris Hemawan, Ahmad Izzuddin, "Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen", *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, No. 1, Vol. 9, (2022), 5.
- Berty Windi Tondang, "Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Pekanbaru" *Jurnal Administrasi Bisnis*, Universitas Riau, Edisi 2, Vol 6, (Juli-Desember 2019), 7.

Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Masyarakat Muslim Mojokerto

- Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm 140.
- Endang Saifuddin Anshari, *Wawasan Islam*, Bandung: Mizan, 1986. 72.
- Esthi Dwityanti, “Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri”, Semarang : Magister Manajemen Universitas Diponegoro, 2008, 11.
- Ferdinand Augusty, “*Metode Penelitian Manajemen*”, Semarang: Badan Penerbit (Universitas Diponegoro, 2006), 18.
- Ghina Kamilah, “*Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, hlm 2.
- Ismi Aziz Makrufah, “*Pengaruh Citra Merek Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Konsumen Outlet Toserba Laris Kertasura)*”, Skripsi (Surakarta : IAIN Surakarta, 2017), hlm 28
- Kotler, Keller, *Marketing*, (2003), 206.
- Meylin Rahmawati, *Analisis Faktor –Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Konsumen*, Semarang: Magister Manajemen (Universitas Diponegoro, 2008), 20.
- Qardhawi, Yusuf , “*Halal Haram dalam Islam*”, terjemahan Wahid Ahmadi dkk, Solo: Era Intermedia, 2003.
- Sidy Gazalba, *Masyarakat Islam Pengantar Sosiologi dan Sosiografi*. Jakarta: Bulan Bintang, 1976. 126.
- Stanton, Wiliam J., “*Prinsip-prinsip Pemasaran*”, Erlangga, Jakarta (2004).
- Sugiono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta: 2017), 7.
- Sukesti, F. dan Mamdukh B. 2014. “*The Influence Halal Label And Personal Religiosity On Purchase Decision On Food Products In Indonesia*”. *International Journal of Business, Economics and Law*, 1(4) (2014), 150-153.
- Sukesti, F. dan Mamdukh B. 2014. “*The Influence Halal Label And Personal Religiosity On Purchase Decision On Food Products In Indonesia*”. *International Journal of Business, Economics and Law*, 1(4) (2014), 150-153.
- Tri Widodo, “*Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie*”, “Skripsi (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015), hlm 58.
- Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam (Surakarta: Era Intermedia, 2007), 5.*