

DAMPAK LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

Abdurrahman¹, Annisaa'Fithrah², Juli Arimar³, Laili Qomariah⁴

^{1,2,3,4}Bimbingan Penyuluhan Islam, Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
email: abdurrahman@uinsu.ac.id¹, annisaa0102202096@uinsu.ac.id², juli0102203033@uinsu.ac.id³,
laili0102202082@uinsu.ac.id⁴

Abstrak

Sebagai negara dengan populasi Islam terbesar di dunia, Indonesia sebenarnya memiliki potensi yang besar terhadap perkembangan industri halal dan syariah. Namun sayangnya, potensi tersebut belum diimbangi dengan prestasi yang baik di tingkat global. Kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan wajib bagi setiap konsumen, terutama konsumen muslim. Lokasi penelitian yang dipilih ada 2 lokasi yaitu Lokasi yang pertama tepatnya di Jln. William Iskandar, Kecamatan Medan Tembung. pada tanggal 26 Oktober 2023 tepatnya di depan sekolah Man 2 Medan. Lokasi kedua tepatnya di Jalan William Iskandar Ps.V Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang pada tanggal 3 November 2023 tepatnya di Kampus II UIN Sumatera Utara. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana label halal mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam konteks global yang semakin meningkatkan kesadaran tentang konsumsi yang bertanggung jawab, label halal telah menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian konsumen, khususnya di kalangan komunitas Muslim. Label halal memberikan jaminan bahwa produk tersebut diproduksi sesuai dengan hukum Islam, yang mencakup aspek seperti bahan, proses produksi, dan penanganan produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung memilih produk dengan label halal dibandingkan produk tanpa label tersebut. Penelitian ini menunjukkan pentingnya label halal dalam industri konsumen dan menyoroti perlunya standar yang konsisten dan dapat dipercaya untuk label halal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Field Research, atau penelitian lapangan, metode penelitian ini yang melibatkan pengumpulan data primer langsung dari sumbernya, dan menggunakan teknik wawancara kepada para pedagang kaki lima.

Kata kunci: Produk Halal, Label, UMKM.

Abstract

As the country with the largest Muslim population in the world, Indonesia actually has great potential for the development of the halal and sharia industry. However, unfortunately, this potential has not been matched by good achievements at the global level. Halal product is a mandatory requirement for every consumer, especially Muslim consumers. There were 2 research locations chosen, namely the first location, precisely on Jln. William Iskandar, Medan Tembung District. on October 26 2023 precisely in front of the Man 2 Medan school. The second location is precisely on Jalan William Iskandar Ps.V Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Deli Serdang Regency on November 3 2023, precisely at Campus II UIN North Sumatra. This research aims to understand how the halal label influences consumer purchasing decisions. In a global context of increasing awareness about responsible consumption, the halal label has become an important factor in consumer purchasing decisions, especially among Muslim communities. The halal label provides a guarantee that the product is produced in accordance with Islamic law, which includes aspects such as ingredients, production processes and product handling. The research results show that the halal label has a significant impact on consumer purchasing decisions. Consumers tend to choose products with halal labels compared to products without such labels. This research shows the importance of halal labels in consumer industries and highlights the need for consistent and trustworthy standards for halal labels. The method used in this research uses the Field Research method, or field research, this research method involves collecting primary data directly from the source, and using interview techniques with street vendors.

Keywords: Halal Products, Labels, UMKM

PENDAHULUAN

Pertumbuhan UMKM di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM di bulan Maret tahun 2021, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai Rp8.573,89 triliun. Dari data tersebut

peran UMKM sangat bernilai untuk meningkatkan ekonomi masyarakat Indonesia. UMKM bersertifikat halal dapat menjadikan UMKM memiliki keuntungan yang lebih kompetitif dalam menghadapi persaingan perdagangan global.(Hukum et al., 2020)

UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, pasal 4, menyatakan bahwa seluruh produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikat halal. Peraturan Menteri Agama No 20 Tahun 2021 tentang Sertifikasi Halal bagi pelaku usaha mikro dan kecil, menyatakan bahwa produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha mikro dan kecil wajib bersertifikat halal yang dapat didasarkan atas pernyataan pelaku usaha mikro dan kecil (*self declare*). (Setiawan & Mauluddi, 2019)

Pelaksanaan teknis pernyataan pelaku UMK mengacu pada Keputusan Kepala BPJPH Nomor 33 Tahun 2022 tentang Petunjuk Teknis Pendamping Proses Produk Halal dalam Penentuan Kewajiban Bersertifikat Halal bagi Pelaku UMK yang didasarkan atas Pernyataan Pelaku Usaha. Dalam proses *self declare*, kompetensi dari pendamping PPH (Proses Produk Halal) menjadi sangat penting karena pendamping PPH yang akan melakukan verifikasi dan validasi (verval) kehalalan produk yang disertifikasi halal sekaligus membina pelaku UMK agar memahami Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Buku "Panduan Pendamping PPH (Proses Produk Halal)" ini dibuat untuk memandu pendamping PPH dalam melakukan proses verifikasi dan validasi (verval) sehingga proses sertifikat halal melalui mekanisme *self declare* dapat berjalan dengan baik. (Astogini et al., 2011)

Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai lembaga pemeriksa halal di Indonesia, untuk tidak mempunyai kewenangan terhadap produk merek luar negeri yang telah beredar di Indonesia namun tidak memiliki sertifikasi halal lokal dari MUI, karena mensertifikasi produk demi mendapatkan sertifikat halal masih bersifat sukarela belum menjadi kewajiban yang mutlak (Oktavian dan Tatty, 2017). Padahal produk makanan yang bersertifikat halal lebih aman untuk dikonsumsi karena terhindar dari kandungan zat berbahaya. Kondisi ini disebabkan terutama karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman, yang menyebabkan kurangnya kesadaran dan ketidakpedulian dari sebagian besar masyarakat Muslim. (Lim charity, 2017)

Pentingnya upaya mengonsumsi produk halal harus diikuti oleh sikap masing-masing konsumen untuk lebih selektif memilih produk yang akan dikonsumsi melalui tindakan preferensi keputusan pembelian. Selain makanan berlabel halal terdapat beberapa variabel lain yang pada akhirnya dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam keputusan pembeliannya terhadap produk makanan impor yaitu pendapatan dan harga produk.

Salah satu cara untuk mengetahui bahwa suatu produk aman dan halal, hal sederhana yang dapat dilakukan ialah dengan memperhatikan label halal MUI pada kemasan produk makanan. Namun sayangnya tidak semua masyarakat dibekali dengan pengetahuan tentang kehalalan suatu produk untuk mendapatkan kemashlahatan dan keridhaan Allah SWT. Masih terdapat sikap tidak peduli terhadap kehalalan produk dan kurangnya pengetahuan dan pemahaman konsumen atas suatu produk yang bersertifikat halal MUI, menjadikan dilakukan penelitian ini agar konsumen lebih selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsi melalui preferensi keputusan pembelian terutama pada makanan impor sebagai upaya konsumsi halal. Selain makanan berlabel halal terdapat beberapa variabel lain yang pada akhirnya dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam keputusan pembelian pada produk makanan impor yaitu pendapatan, dan harga produk. (Sukirman, 2017)

Pencantuman label halal sarana informasi dari produsen ke konsumen mengenai produk yang akan dijualnya, sehingga konsumen benar-benar mengetahui bahan-bahan apa saja yang digunakan, termasuk bahan tambahan yang tertera dikemasan. Pelabelan yang benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku akan membentuk terciptanya perdagangan yang jujur dan bertanggung jawab, sehingga akan memudahkan dalam pelabelan halal yang secara prinsip adalah label yang menginformasikan kepada pengguna produk, bahwa produknya benar-benar halal dan nutrisi-nutrisi yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produk tersebut boleh dikonsumsi.

Mengonsumsi produk halal khususnya makanan halal adalah syarat yang ditetapkan dalam syariat Islam seperti ditegaskan dalam Al-Quran, atas dasar itu umat Islam sejalan dengan ajaran Islam menghendaki agar produk yang akan dikonsumsi dijamin kehalalan dan kesuciannya, disamping itu produsen dituntut untuk memproduksi produk-produk halal yang akan dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam sebagai tanggung jawab keagamaannya, dengan demikian produk-produk yang tidak mencantumkan label halal pada kemasannya dianggap belum

mendapat persetujuan lembaga berwenang (LPPOM-MUI) untuk diklasifikasikan kedalam daftar produk halal atau dianggap masih diragukan kehalalannya.(Andriati & Hidayati, 2019)

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian field research (penelitian lapangan) yaitu penelitian yang langsung terjun kelapangan dengan menggunakan metode observasi dan wawancara secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi suatu sosial, individu, kelompok, lembaga, dan masyarakat. Penelitian ini menggunakan data kualitatif karena gejala yang diteliti oleh peneliti merupakan gejala sosial sesuai dengan kondisi lapangan tanpa adanya manipulasi. Penelitian ini dilakukan kepada pedagang kaki lima tentang label halal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Halal berasal dari bahasa arab yang artinya membebaskan, memecahkan, membubarkan, dan membolehkan. Definisi halal berdasarkan Al-qur'an dan Hadist yaitu bahwa halal adalah segala sesuatu yang baik bagi tubuh. Menurut LPPOM MUI (Majelis Ulama Indonesia) syarat kehalalan yaitu :

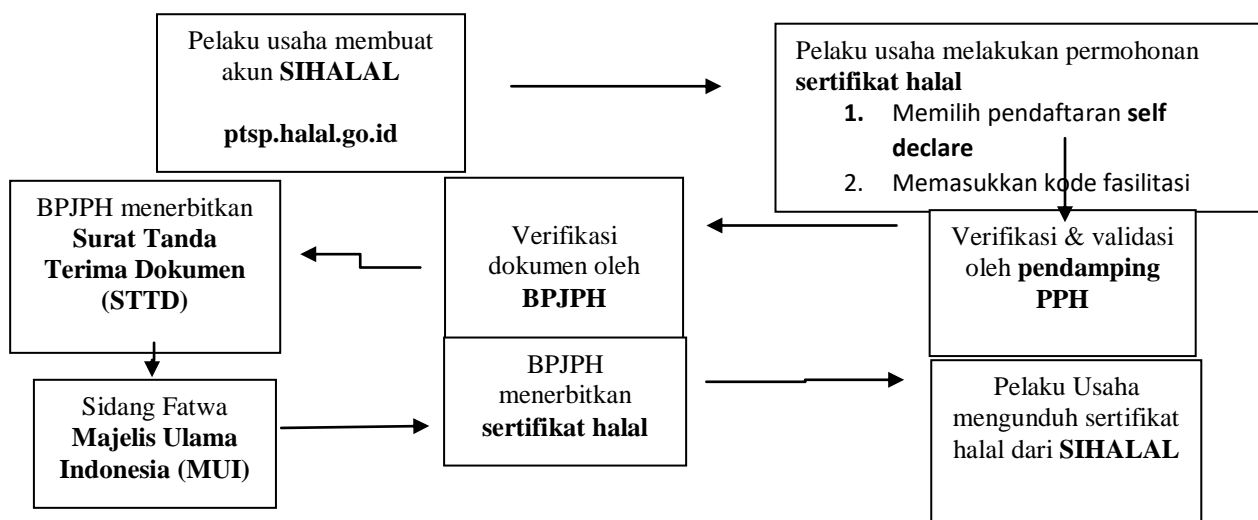
1. tidak mengandung babi
2. tidak mengandung khamrdan produk turunan
3. semua bahan asal hewan yang disembelih sesuai syariat

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal, di Indonesia lembaga yang diberi wewenang oleh Pemerintah dalam proses sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Labelisasi halal mempunyai tujuan untuk memenuhi tuntutan pasar (konsumen) secara universal. Maka apabila tuntutan itu bisa terpenuhi, secara ekonomi para pebisnis Indonesia akan mampu menjadi tuan rumah dari segi produk yang di pasarkan, tujuan lain yang sangat mendasar adalah melindungi akidah para konsumen terutama yang beragama Islam. Artinya dengan adanya labelisasi, para konsumen muslim tidak akan ragu dalam mengkonsumsi sesuatu yang dibutuhkan.

Syarat –syarat produk pangan halal menurut syariat Islam adalah :

- a) Halal dzatnya adalah halal dari hukum asalnya misal sayuran.
- b) Halal cara memperolehnya adalah cara memperoleh sesuai dengan syariat Islam misalkan tidak dengan mencuri.
- c) Halal dalam memprosesnya adalah misalkan proses menyembelih bintang dengan syariat Islam misalkan dengan membaca bismillah.
- d) Halal dalam penyimpanannya, maksudnya tempat penyimpanan tidak mengandung barang yang diharamkan seperti, babi, anjing (binatang yang diharamkan oleh Allah SWT).

Dalam mengurus Sertifikat Halal terdapat beberapa proses yang harus diikuti yaitu seperti berikut :



Gambar 1. Alur Proses Sertifikasi Halal Melalui *Self Declare*

Kemudian untuk mengurus Sertifikasi Halal tersebut, pelaku usaha harus menyiapkan beberapa dokumen seperti :

1. KTP pelaku usaha
2. NIB
3. KTP Penyelia halal wajib muslim
4. Nama Produk
5. Komposisi produk
6. Foto produk
7. Alur proses pembuatan produk

SIMPULAN

Dalam hal ini penggunaan label halal sangat penting terhadap kebutuhan konsumen karena makanan yang tercantum label halal pasti tidak diragukan lagi ketika ingin dikonsumsi dan dengan Labelisasi halal mempunyai tujuan untuk memenuhi tuntutan pasar (konsumen) secara universal. Maka apabila tuntutan itu bisa terpenuhi, secara ekonomi para pebisnis Indonesia akan mampu menjadi tuan rumah dari segi produk yang di pasarkan, tujuan lain yang sangat mendasar adalah melindungi akidah para konsumen terutama yang beragama Islam. Artinya dengan adanya labelisasi, para konsumen muslim tidak akan ragu dalam mengkonsumsi sesuatu yang dibutuhkan.

SARAN

Dengan penelitian ini hendaknya diharapkan kepada pembaca dapat

Memanfaatkan sertifikasi halal meliputi Meningkatkan kepercayaan konsumen, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan daya saing bisnis. Dengan memiliki sertifikat halal, produk UMKM akan lebih diterima di pasaran, terutama di kalangan konsumen Muslim yang membutuhkan produk halal baik di pasar domestik maupun internasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada dosen pengampu yang telah memberikan tugas ini dan terimakasih kepada tim peneliti yang telah bekerja keras dan berpartisipasi dalam penelitian ini dan terimakasih kepada seluruh partisipan /konsumen yang telah terlibat dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriati, N., & Hidayati, N. W. (2019). Program Bimbingan Pribadi Dalam Meningkatkan Interaksi Sosial Siswa Smp Koperasi Pontianak. ... *Horizon: Jurnal Pendidikan Sosial*, 6(1), 53–67. <http://www.journal.ikipgriptk.ac.id/index.php/sosial/article/view/1253>
- Astogini, D., Wahyudin, & Wulandari, S. Z. (2011). Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal. *Jeba*, 13(1), 1–8.
- Hukum, F., Muhamadiyah, U., & Utara, S. (2020). Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle). *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, 1(1), 14–20. <https://doi.org/10.55357/is.v1i1.16>
- Lim charity, M. (2017). Jaminan Produk Halal di Indonesia. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 14(1), 99–108. <http://www.>
- Setiawan, S., & Mauluddi, H. A. (2019). Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Halal Di Kota Bandung. *At-Tijaroh: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 5(2), 232–246. <https://doi.org/10.24952/tijaroh.v5i2.1849>
- Sukirman, S. (2017). Jiwa Kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha melalui Perilaku Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 117. <https://doi.org/10.24914/jeb.v20i1.318>