



Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang

Syifa Unisa, Mahmud Ali*, Miftah Faiz Ali Ramdhani

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten, Pandeglang, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Sejarah Artikel: Diterima: 26 April 2024 Direvisi: 30 Juni 2024 Disetujui: 04 Juli 2024 Dipublikasi: 31 Juli 2024 Kata Kunci: Labelisasi, Halal, Minat Beli *Penulis Korespondensi: ayep_mahmud_ali@icloud.com DOI: 10.60036/jbm.v4i3.art7	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli di Restoran Kampoeng Hayam. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi yang dijadikan objek penelitian ini adalah keseluruhan konsumen yang pernah berbelanja di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang pada tahun 2021. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 7.292 orang dan sampel penelitian sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik non probability sampling dengan menggunakan teknik sampling insidental. Teknik analisis dalam penelitian ini meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Deskriptif, Uji Korelasi Sederhana, Regresi Linier Sederhana, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (R Square) 0,716 atau 71,6% yang artinya menunjukkan bahwa variabel Labelisasi Halal berpengaruh sebesar 71,6% terhadap Minat Beli Konsumen yang sisanya sebesar 28,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hasil pengujian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Labelisasi Halal dengan Minat Beli Konsumen, Hasil Uji hipotesis menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(15,669) > (1,660551)$. Jadi t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak. ABSTRACT <i>This study aims to determine the Influence of Halal Label on Buying Interest in Kampoeng Hayam Restaurant. The research method used is a quantitative approach method with an associative type. Used to research a specific population or sample, data collection using research instruments, and data analysis is statistics, with the aim of testing predetermined hypotheses. The population used as the object of this study is the consumers who have shopped at Kampoeng Hayam Restaurant in Serang City in 2021. The population in this study was 7,292 people and the study sample was 100 respondents. The sampling technique in this study is a non probability sampling technique using incidental sampling techniques. Analytical techniques in this study include Validity Test, Reliability Test, Descriptive Analysis, Simple Correlation Test, Simple Linear Regression, Hypothesis Test and Determination Coefficient Test. Based on the calculation of the coefficient of determination (R Square) of 0.716 or 71.6%, which means it shows that the Halal Labelization variable has an effect of 71.6% on Consumer Buying Interest, the remaining 28.6% is influenced by other factors that are not studied. The test results show that there is a significant influence between Halal Labeling and Consumer Buying Interest, the hypothesis test results show that the calculation of $t_{hitung} > t_{tabel}$, namely $(15.669) > (1.660551)$. So, the t-count is greater than the t-table thus H_a is accepted and H_o is rejected.</i>

PENDAHULUAN

Kota Serang adalah kota yang memiliki jumlah penduduk yang beragama non-muslim sebesar 14.401 penduduk pada tahun 2020 dengan jumlah penduduk muslim 666.611 penduduk. Dalam rangka menghormati hak-hak asasi umat Islam perlu adanya jaminan kehalalan terhadap semua produk makanan, minuman, obat, kosmetika dan barang guna yang dipasarkan dan yang banyak dikonsumsi umat Islam. Jaminan halal tersebut tidak boleh dinyatakan sendiri oleh produsen, tetapi harus melalui proses pemeriksaan dan assessment secara obyektif oleh lembaga pemeriksa halal yang independen.

Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau pila etiket (tanda pengenal) yang dicantumkan pada produk. (Tjiptono, 2015), Labelisasi halal merupakan unsur yang sangat penting dalam penelitian ini. Labelisasi halal merupakan pencantuman pernyataan halal pada kemasan suatu produk yang bertujuan agar masyarakat muslim mengetahui bahwa produk tersebut berstatus halal Rangkuti dalam (Yuliani, n.d.) indikator labelisasi halal yaitu pengetahuan, kepercayaan, dan penilaian terhadap labelisasi halal, Mahwiyah dalam (Murni & Fajrina, 2021) Berdasarkan data dari Lembaga Pengkajian, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) Provinsi Banten yang diperoleh peneliti mengenai jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mendaftar sertifikasi halal pada tahun 2021, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Data UMKM Halal Kabupaten/Kota Di Banten 2021

Kabupaten/Kota	Jumlah UMKM
Kabupaten Lebak	56
Kabupaten Pandeglang	31
Kabupaten Serang	35
Kabupaten Tangerang	160
Kota Tangerang	215
Kota Serang	93
Kota Tangerang Selatan	281
Kota Cilegon	50
JUMLAH	921

Sumber: (LPPOM MUI Provinsi Banten, personal communication, 2021)

Dari Tabel diatas dapat diketahui bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memperoleh label halal pada tahun 2021, jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Serang terhitung masih sedikitnya UMKM yang melakukan sertifikasi halal pada tahun 2021 yaitu berjumlah 93 UMKM. Menjadikan keharusan setiap konsumen untuk terus berhati-hati dalam membeli suatu produk terutama untuk makanan yang kita konsumsi.

Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada waktu tertentu menurut Sutisna dan Pawitra dalam (Meldarianda & S, 2010). indikator minat beli yaitu Minat transaksional, Minat referensial, Minat preferensial, Minat eksploratif, Ferdinand dalam (Purbohastuti & Hidayah, 2020).

Salah satunya adalah Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang, yang bergerak dalam usaha makanan siap saji dengan produk utama yaitu olahan ayam. Produk-produk yang ada di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang ini memiliki sertifikasi halal dengan nomor sertifikasi 171500034971117. Kampoeng Hayam Kota Serang memiliki 4 cabang yang terdiri dari satu Restoran dan 4 cabang yang terdapat di beberapa sekolah dan Kampus di Serang yaitu Kampus UNTIRTA, UIN Sultan Hasanudin Banten, dan Unsera, dan restoran yang berlokasi di Jl. Empat Lima, Kota Serang merupakan pusatnya.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada tanggal 4 Maret 2022 kepada bapak Ihyaudin (pemilik) Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang, sertifikat merupakan hal yang penting untuk dimiliki setiap pengusaha untuk menjamin setiap produk yang dibeli konsumen muslim merupakan produk yang halal. Menurutnya: “Setelah mendapatkan sertifikasi halal, peningkatan penjualan sangat baik karena dengan memiliki sertifikasi halal masyarakat lebih percaya dalam membeli produk di Kampoeng Hayam Kota Serang, dibandingkan waktu dulu kampanye untuk produk halal masih kurang, kisaran tahun 2000-an kepedulian masyarakat terhadap produk halal meningkat sehingga saat ini banyak pengusaha berlomba-lomba untuk membuat sertifikasi halal”.

Labelisasi halal dan Minat beli pada Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang guna menggambarkan lebih jelas mengenai fenomena yang sebenarnya terjadi. maka dilakukannya observasi kepada 10 konsumen, mengenai tanggapan konsumen tentang label halal di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang, pengetahuan konsumen mengenai label halal di restoran kampoeng Hayam Kota Serang ini bernilai 60% yang memiliki nilai terendah dibandingkan dengan lainnya, dengan tidak adanya pemasangan label halal yang lebih besar sehingga tidak banyak orang tahu akan label halal yang restoran kampoeng hayam kota serang ini miliki. mengenai tanggapan konsumen tentang minat beli di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang, dapat dilihat bahwa masih terdapat beberapa masalah. Permasalahan yang terjadi yaitu mengenai kurangnya minat konsumen dalam membeli ulang produk di kampoeng Hayam Kota Serang dan tidak menjadikan kampoeng Hayam Kota Serang prioritas utama dalam memilih restoran. Hal tersebut membuktikan bahwa masih kurangnya minat beli di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang. Sehingga pada pra survey ini bahwa labelisasi halal kurang terlalu diperhatikan oleh penduduk muslim di kota serang.

Berdasarkan Latar Belakang Masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu: Seberapa besar pengaruh Label halal terhadap minat beli konsumen di Restoran Kampoeng Hayam?

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Dengan Populasinya tidak diketahui dan pengambilan sampel menggunakan teknik sampling insidental, Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga, maka jumlah sampel yang akan diambil 96,04 dibulatkan menjadi 100 responden masyarakat yang ada di Kota Serang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS Windows Versi 25. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai butir instrumen bila nilai r di bawah r tabel 0,361 maka dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut tidak valid. Jika Nilai r lebih besar dari r tabel 0,300 maka dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut valid.

Pengujian Reliabel Dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha harus lebih besar dari nilai 0,60 product moment Suatu instrumen dikatakan handal jika nilai Cronbach Alpha > 0.60 (Sugiyono, 2014) maka koefisien alpha variabel labelisasi halal (X) sebesar $0,858 > 0,60$ dan variabel minat beli (Y) sebesar $0,717 > 0,60$, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian yang reliabel karena nilai cronbach's alpha lebih besar dari nilai koefisien alpha 0,60.

Pengujian Analisis Kolerasi diketahui nilai pearson correlation adalah 0,846 artinya berkorelasi, sedangkan nilai signifikan nya $0,000 < 0,05$ yang artinya berkorelasi (korelasi positif), maka hubungan kedua variabel searah. Hubungan searah ini berarti bahwa Labelisasi Halal yang tercantum di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang terhadap konsumen memberikan dampak

positif terhadap Minat Beli. diperoleh angka korelasi antara labelisasi halal terhadap minat beli adalah sebesar 0,846 termasuk kategori tingkat pengaruh “sangat kuat”. hal ini menunjukkan pengaruh antara variabel bebas Labelisasi Halal dengan variabel terikat minat beli memiliki pengaruh korelasi sangat kuat dan searah karena hasilnya positif).

Pengujian Koefisien Determinasi diketahui nilai r^2 (R Square) sebesar 0,716, nilai tersebut ada pengkuadratan dari koefisien korelasi atau R, yaitu $0,846 \times 0,846 = 0,716$ Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) 0,716 sama dengan 71,6%. Angka tersebut mengandung arti bahwa Labelisasi Halal berpengaruh terhadap Minat Beli sebesar 71,6 % sedangkan sisanya 28,49 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Simpulan

Hubungan Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang berdasarkan nilai korelasi Spearman Brown diperoleh nilai 0,846, yang dapat diartikan bahwa hubungan antara labelisasi halal dengan minat beli konsumen memiliki hubungan yang baik dan berkorelasi kuat. Adapun besarnya pengaruh kontribusi labelisasi halal terhadap minat beli konsumen berdasarkan analisa koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 71,6%, sedangkan sisanya sebesar 28,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar labelisasi halal yang tidak dapat diteliti oleh penulis misalnya, promosi, harga, tempat dan faktor lainnya.

Keterbatasan

Berdasarkan latar belakang masalah yang ditemukan, maka pembatasan masalah dalam pokok penelitian ini hanya mengenai Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran Kampoeng Hayam.

Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang, maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya yaitu membahas faktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen seperti harga, promosi, tempat dan faktor lainnya.
2. Membuka berbagai cabang di luar kota agar dapat diakses para konsumen di luar daerah kota Serang
3. Labelisasi halal yang dimiliki Restoran Kampoeng Hayam sebaiknya diperlihatkan di bagian depan restoran dengan ukuran yang dapat dilihat oleh banyak orang (konsumen), sehingga konsumen dapat dengan mudah mengetahui kehalalan produk yang ada di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang

DAFTAR RUJUKAN

- LPPOM MUI Provinsi Banten. (2021). *Data UMKM Halal Kabupaten/Kota Di Banten* [Personal communication].
- Meldarianda, R., & S, H. L. (2010). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA RESORT CAFÉ ATMOSPHERE BANDUNG. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 17(2), Article 2. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/view/329>
- Murni, S., & Fajrina, N. (2021). PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MAKANAN RINGAN (Studi Komparatif Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(2), Article 2.

- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2020). MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK SHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D* (1st ed.). Alfabeta. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=911046>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (4th ed.). <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1176974>
- Yuliani, O. (n.d.). PENGARUH PENCANTUMAN LABEL HALAL TERHADAP DAYA TARIK DAN MINAT BELI MASYARAKAT MUSLIM DI STEAK RANJANG BANDUNG.