

## Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk UMKM Di Kota Bima

<sup>1</sup>Sri Ernawati, <sup>2</sup>Iwan Koerniawan

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima, <sup>2</sup>Universitas Sains dan Teknologi Komputer

Jln. Wolter Monginsidi Komplek Tolobali Rasanae Barat Kota Bima, Indonesia,

e-mail [sriernawati.stiebima@gmail.com](mailto:sriernawati.stiebima@gmail.com), [iwan@stekom.ac.id](mailto:iwan@stekom.ac.id)

### ARTICLE INFO

Article history :

Received : 30 April 2023

Received in revised form : 2 Mei 2023

Accepted: 10 Juni 2023

Available online: Juli 2023

### ABSTRACT

*The meaning of halal is permissible, while haram is not permissible (prohibited) according to Islamic law. Having a halal certificate can give confidence to companies in using or printing halal labels on product packaging or company premises. This study aims to find out how the influence of the halal label and halal awareness has on the purchase intention MSME products in the Bima City. The type of research used in this study is a type of quantitative research with survey methods. Collecting data by distributing questionnaires with a Likert scale to 100 respondents. Data was processed by statistical analysis using SPSS 20.00. The results showed that the halal label had a positive and significant effect on the intention to purchase MSME products in the Bima City and halal awareness did not have a significant effect on the intention to purchase MSME products in the Bima City. The contribution of this research is hoped that MSME actors will immediately take care of halal certificates so that consumers' interest in buying increases and products can be marketed outside the region so that the wider community can get to know MSME products from Bima city.*

**Keyword: Halal Label, Halal Awareness, Purchase Intention, Product, MSME**

### ABSTRAK

Makna halal diperbolehkan, sedangkan haram adalah tidak diperbolehkan (dilarang) menurut hukum Islam. Dengan adanya sertifikat halal dapat memberikan kepercayaan kepada perusahaan dalam menggunakan atau mencetak label halal pada kemasan produk atau tempat perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh label halal dan kesadaran halal terhadap minat pembelian produk UMKM di Kota Bima. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan metode survey. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner dengan skala likert kepada 100 orang responden. Data diolah dengan analisis statistik menggunakan SPSS 20.00. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk UMKM di Kota Bima dan kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian produk UMKM di Kota Bima. Kontribusi penelitian ini diharapkan pelaku UMKM untuk segera mengurus sertifikat halal agar minat konsumen membeli meningkat dan produk bisa di pasarkan ke luar daerah sehingga masyarakat luas bisa mengenal produk UMKM dari Kota Bima

**Kata Kunci : label Halal, Kesadaran Halal, Minat pembelian, Produk, UMKM**

## 1. PENDAHULUAN

Kehalalan produk pangan merupakan hal yang penting bagi umat Islam. Setiap umat Islam wajib hukumnya dalam mengkonsumsi makanan halal. Syariat Islam telah mengatur cara pemenuhan kebutuhan pangan manusia seperti yang tertera dalam Al Qur'an surat Al Maidah ayat 88. Dalam Al Qur'an disebutkan bahwa makanan yang halal adalah semua jenis makanan, kecuali yang secara khusus disebutkan sebagai haram yang dilarang atau melanggar hukum Islam seperti yang dijelaskan dalam Al Qur'an surat Al Maidah ayat 3.

Permintaan produk halal oleh konsumen global mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dengan perkiraan penduduk muslim dunia mencapai 2,2 jiwa pada tahun 2030, maka angka perekonomian industri halal juga akan terus melesat. Ini merupakan peluang yang sangat besar yang harus dimanfaatkan oleh Indonesia, dengan memenuhi kebutuhan global produk halal dengan ekspor dari Indonesia. Hal ini disampaikan oleh Wakil Presiden Republik Indonesia, Prof. Dr.(Hc) KH. Ma'ruf Amin dalam sebuah webinar strategis nasional bertajuk Indonesia Menuju Pusat Produsen Halal Dunia yang diselenggarakan oleh Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) beberapa waktu lalu

Pemahaman yang semakin baik tentang agama semakin membuat umat Islam menjadi semakin selektif dalam pemilihan produk yang dikonsumsi. Sama halnya dengan negara muslim yang lain di Indonesia, umat Islam dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh umat Islam di Indonesia. Di Indonesia, untuk sertifikasi halal secara khusus ditangani oleh MUI yang dioperasikan oleh LPPOM-MUI. Namun pada 2019, prosedur pendaftaran sertifikat halal dilimpahkan ke Badan Penjaminan Produk Halal (BJPH) Kementerian Agama RI. Selain itu, LPPOM MUI tetap berperan sebagai penguji/inspektur selama proses sertifikasi. Hal menurut undang-undang no 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH).[1]

Manusia dalam tingkat sederhana dapat mencukupi kebutuhannya sendiri, kemudian atas dasar jasa maka dikembangkan sistem pasar sehingga hasil produksinya dijual di pasaran. Dalam ekonomi Islam, konsumsi diakui sebagai salah satu perilaku ekonomi dan kebutuhan asasi dalam kehidupan manusia. Perilaku konsumsi diartikan sebagai setiap perilaku seorang konsumen untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun Islam memberikan penekanan bahwa fungsi perilaku konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan manusia baik jasmani dan ruhani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba dan khalifah Allah untuk mendapatkan dunia dan akhirat [2]

Produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai Syariat Islam yaitu Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi, Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran dan lain-lain, Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam, Semua tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya 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 sudah diatur menurut syariat Islam, Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar [3]. Rata-rata makanan yang tidak bersertifikat halal atau bertanda halal disediakan oleh usaha kecil, menengah, dan mikro. Akibatnya, jika tidak tahu, makanan yang Anda makan selama ini masih diragukan kehalalannya atau tempat sucinya [4]

Kesadaran halal merupakan suatu pengetahuan muslim tentang konsep halal, proses halal dan menganggap bahwa mengkonsumsi makanan halal merupakan hal yang penting bagi dirinya. Kesadaran muslim juga ditandai dengan adanya pengetahuan mengenai bagaimana cara proses penyembelihan, pengemasan makanan, dan kebersihan makanan sesuai dengan hukum Islam [5]. Kesadaran halal sebagai jenjang penguasaan seorang muslim untuk mengetahui segala sesuatu yang berhubungan dengan halal. Kesadaran halal pada perspektif industri diartikan sebagai kesadaran dalam mengkonsumsi produk yang terbebas dari alkohol, daging babi serta turunannya. Pada konteks halal, kesadaran artinya mengetahui mengenai apa yang baik ataupun dapat dikonsumsi dan memahami mengenai apa yang buruk ataupun tidak diperbolehkan dikonsumsi berdasarkan aturan pada agama. Kesadaran halal adalah tingkat pemahaman umat Islam dalam mengetahui isu-isu yang berkaitan dengan konsep halal [6]

Menurut buku Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3UI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, kebutuhan merupakan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar barang tersebut berfungsi sempurna. Sedangkan keinginan, terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia atau barang. Kebutuhan dalam Islam menyempurnakan preferensi hingga paling tinggi dengan menyeimbangkan preferensi material dan spiritual (dunia dan akhirat) atau yang disebut al-nafs al-ammarah. Sehingga secara tidak langsung dalam Islam konsumen juga diarahkan untuk memperoleh nilai guna yang didapatkan tidak hanya untuk kepuasan di dunia tetapi juga diakhirat [7]

Proses pengambilan keputusan pada umumnya seorang konsumen akan berusaha untuk mencari informasi tentang bagaimana mengambil keputusan pembelian yang tepat. Dewasa ini konsumen sangat kritis dalam mencari dan menggali informasi tentang produk yang akan digunakan. Dalam Islam untuk memenuhi kebutuhannya, seorang muslim harus senantiasa sejalan dengan Alquran dan Sunah. Dari segi kualitas, setiap

Muslim harus memperhatikan halal tidaknya sebuah produk, tayyib. Pemahaman yang semakin baik tentang agama semakin membuat umat Islam menjadi semakin selektif dalam pemilihan produk yang dikonsumsi. [8] Hal tersebut membuat produsen harus berupaya memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk yang dijual terjamin halal untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

Produk UMKM di Kota Bima, terutama produk makanan belum terlalu banyak yang mendapatkan label halal selain belum memenuhi standar perijinan untuk mendapatkan label halal juga karena pelaku UMKM nya malas untuk mengurusnya karena prosedur yang terlalu sulit. Produk UMKM yang sudah mendapatkan label halal sangat diminati karena sudah terbukti bahwa produk tersebut aman untuk dikonsumsi orang muslim dan higienis. Begitu juga dengan kesadaran produk yang sudah halal, dimana konsumen lebih cenderung membeli produk yang berlabel halal walaupun harganya mahal dibanding dengan produk yang tidak mempunyai label halal

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Label Halal**

Label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Label halal diperoleh setelah mendapatkan sertifikat halal. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam [9]. labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. menurut [10] label makanan halal terdiri dari tiga (3) bagian yaitu : a. Terdapat logo halal, b. Terdapat label komposisi c. Terdapat label kandungan nutrisi.

### **2.2 Kesadaran Halal**

Kesadaran Halal merupakan tingkat pemahaman umat Islam dalam mengetahui masalah yang terkait dengan konsep halal. Pengetahuan semacam itu meliputi pemahaman produk apa yang boleh dikonsumsi dan bagaimana proses produksinya. Kesadaran halal suatu produk sesuai standar halal Islam dapat menjadi syarat mutlak bagi konsumen dan produsen untuk mengonsumsi dan memproduksi makanan [11]. Kesadaran halal adalah suatu pemahaman umat muslim terhadap konsep halal, proses halal, dan prinsip halal yang pada akhirnya memprioritaskan makanan halal untuk mereka konsumsi. Semakin paham terhadap konsep halal, proses serta prinsip halal maka umat muslim cenderung akan lebih selektif dalam memilih produk yang konsumsinya [12]. Kesadaran Halal Kesadaran merupakan konsep untuk memahami dan kemudian mengimplementasikan sesuatu [13]. Kesadaran halal sendiri juga dapat diartikan sebagai derajat pengetahuan konsumen mengenai makanan halal [14]. Pengukuran variabel kesadaran halal mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh [15] terdiri dari: 1) Proses pembelian hewan yang paling penting adalah mengikuti aturan Islam, 2) Saya paham apa itu halal, 3) Halal tidak hanya persoalan pembelian hewan, 4) Saya tahu pengertian halalan toyyiban, 5) Mengonsumsi makanan halal adalah hal yang penting bagi saya

### **2.3 Minat Pembelian**

Minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengonsumsi. Menurut [16] minat beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi. Bila manfaat 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.

Minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator [17] sebagai berikut :

- a) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
- d) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut

### **2.4 Label Halal Berpengaruh terhadap Minat Pembelian**

Faktor yang penting dalam pelabelan atau labeliasi terdiri dari 3 faktor yaitu adanya Logo Halal, Label Komposisi dan juga Label Nutrisi. Logo halal memungkinkan konsumen membedakan produk dengan mudah, sedangkan Label Nutrisi mempermudah konsumen dalam menentukan jumlah makanan bergizi yang dapat di

*Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk Umkm Di Kota Bima (Sri Ernawati)*

konsumsi. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam hal ini para pelajar muslim terhadap makanan-makanan halal adalah religiusitas, sosial, sikap dan nilai yang dirasakan, sedangkan faktor label halal tidak memengaruhi niat untuk membeli makanan halal [18]

Minat Muslim dalam mengonsumsi produk makanan berlabel halal terutama dipengaruhi oleh norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, dan religiusitas pribadi. Faktor-faktor religiusitas, sosial, sikap dan nilai yang dirasakan berpengaruh terhadap keinginan untuk membeli makanan halal secara positif dan signifikan [19]. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [20] yang menunjukkan bahwa label halal berpengaruh terhadap pembelian ulang produk, penelitian lain yang dilakukan [21] yang menyatakan bahwa label halal pada kemasan suatu produk sangat berpengaruh terhadap minat beli hal ini dikarenakan dengan label halal siswa/siswi perhotelan Smk Negeri 1 Ciamis beragama islam, jadi lebih mementingkan kehalalan. Dari kutipan diatas bisa ditarik hipotesis sebagai berikut:

### **H1 : Label Halal Berpengaruh terhadap Minat Pembelian produk UMKM di Kota Bima**

#### **2.5 Kesadaran Halal Berpengaruh terhadap Minat Pembelian**

Kesadaran halal adalah suatu pemahaman umat muslim terhadap konsep halal, proses halal, dan prinsip halal yang pada akhirnya memprioritaskan makanan halal untuk mereka konsumsi. Semakin paham terhadap konsep halal, proses serta prinsip halal maka umat muslim cenderung akan lebih selektif dalam memilih produk yang dikonsumsi. Kesadaran halal dapat menjadi penyebab tingginya minat beli konsumen akan produk makanan halal. Pengetahuan yang cukup tentang makanan halal dan setuju untuk memilih makanan halal sebagai pilihan wisata kuliner [22]

Beberapa penelitian terkait kesadaran halal seperti yang dilakukan [15]. Kesadaran halal merupakan kesadaran yang seharusnya ada pada diri seorang muslim. Pada variabel kesadaran halal dengan metode deskriptif, dimana statistik mayoritas berada pada kategori sedang, artinya variabel kesadaran halal dijadikan pertimbangan dalam melakukan pembelian jadi kesadaran halal penduduk berpengaruh terhadap minat. Hal ini selaras dengan penelitian [23] menyatakan bahwa kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen begitu juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hasil penelitian ini, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh [24] yang menunjukkan bahwa kesadaran produk halal memiliki pengaruh terhadap minat beli makanan halal, semakin besar kesadaran halal maka semakin tinggi minat beli dan keinginan membeli produk makanan halal. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat halal awareness seseorang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan dalam pembelian. Sehingga ketika kesadaran konsumen tinggi karena diharuskan mengkonsumsi produk yang halal sesuai perintah dalam agama, maka mereka akan lebih memilih untuk membeli produk pangan yang berlabel halal. Dari kutipan diatas bisa ditarik hipotesis sebagai berikut:

### **H2 : Kesadaran Halal Berpengaruh terhadap Minat Pembelian produk UMKM di Kota Bima**

## **3. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan metode survey. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya [25]. Populasi yang digunakan adalah seluruh masyarakat Kota Bima yang pernah membeli produk UMKM Kota Bima Yang sudah berlabel halal dengan jumlahnya tidak diketahui secara pasti (*unknown population*), oleh karena itu, jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 100 orang. Sedangkan Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *sampel survey* dengan penyebaran questioner online pada masyarakat, observasi dan studi pustaka. Penyebaran questioner dengan *skala likert*. Dalam memberikan pembobotan pada masing-masing variabel diberikan pilihan jawaban Sangat Setuju (SS) yang diberi skor 5, Setuju (S) yang diberi skor 4, Cukup (C) yang diberi skor 3, tidak setuju (TS) yang diberi skor 2 dan sangat tidak setuju (STS) yang diberi skor 1.

Setelah semua data baik dari sumber primer maupun sekunder telah terkumpul maka dapat dilakukan analisis data. Analisis data terdiri dari beberapa tahapan, dimulai dari tahap pengelompokan data, tabulasi data, penyajian data, hingga perhitungan untuk menguji hipotesis dan menjawab masalah penelitian. Pengujian Data menggunakan uji validitas, uji Reliabilitas, Analisis regresi linier berganda dengan persamaan  $Y = a + b + x + e$ , Koefisien determinasi dan uji signifikansi (Uji t-statistik). Data diolah dengan menggunakan SPSS 20.00

## 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Uji Validitas

Instrumen penelitian yang berupa kuisioner harus diuji kevalidannya untuk memastikan hasil penelitiannya valid dan dapat dipercaya. Pengujian ini dilakukan menggunakan software Statistical Product and Service Solution (SPSS) 22,0 for windows dan dilakukan pada setiap butir pernyataan yang menggambarkan masing-masing variabel. Asumsinya apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel pada taraf signifikansi 5% (0,05) dengan standar  $>$ 0,300, maka instrumen tersebut dianggap valid. Berikut adalah hasil dari pengukuran masing-masing variabel:

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Item	r Hit X1	r Hit X2	r Hit Y	r Tabel	Keterangan
1	.648	.612	.602	.300	Valid
2	.727	.682	.649	.300	Valid
3	.764	.796	.868	.300	Valid
4	.709	.737	.630	.300	Valid
5	.790	.694	.670	.300	Valid
6	.731	.796	.820	.300	Valid
7		.737	.896	.300	Valid
8		.673	.906	.300	Valid

Sumber Data: Data diolah 2023

Tabel diatas dapat dilihat bahwa  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  table dengan standar  $>$ 0,300, sehingga data dalam setiap kuesioner dinyatakan valid

### 4.2 Uji Reliabilitas

Kuisioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap pertanyaan kuisioner stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,600 Berikut adalah hasil dari pengukuran tersebut :

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>
Label Halal (X1)	.824
Kesadaran Halal (X2)	.865
Minat Pembelian (Y)	.904

Sumber Data: Data diolah 2023

Tabel diatas menunjukkan nilai *Cronbach alpha*  $>$  0,600, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan dalam kusioner dalam variabel dinyatakan reliabel.

### 4.3 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Apabila hanya terdapat lebih dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka regresi tersebut dinamakan regresi linear berganda

**Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.267	2.821		2.221	.029
1 Label Halal	.887	.172	.602	5.173	.000
Kesadaran Halal	.136	.137	.116	.997	.321

Dependent Variable: Minat Pembelian

Sumber Data: Data diolah 2023

Sehingga Model persamaan dari data di atas adalah sebagai berikut :

$$Y = 6.267 + 0.887X_1 + 0.136X_2$$

- Konstantan = 6.267 artinya jika label halal dan kesadaran halal konstan atau sama dengan nol maka minat pembelian konsumen pada produk UMKM meningkat juga sebesar 6.267.
- Koefisien variable  $b_1 = 0.887$  artinya jika label halal naik sebesar satu satuan maka minat pembelian konsumen pada produk UMKM akan naik sebesar 0.887 atau sebaliknya.
- Koefisien variable  $b_2 = 0.136$  artinya jika kesadaran halal naik sebesar satu satuan maka minat pembelian konsumen pada produk UMKM akan naik sebesar 0.136 atau sebaliknya.

#### 4.4 Uji Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikatnya.

**Tabel 4. Hasil Uji Determinasi****Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.696 <sup>a</sup>	.484	.473	3.243

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Halal, Label Halal

b. Dependent Variable: Minat Pembelian

Data *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,473, dapat dinyatakan bahwa minat pembelian dipengaruhi oleh variabel label halal dan kesadaran halal sebesar 47,3%, sisanya sebesar 52,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

#### 4.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan uji t, dari hasil pengujian diketahui apakah setiap variabel yang diuji berpengaruh atau tidak. Hasil pengujian bisa dilihat sebagai berikut:

##### Uji secara Parsial (Uji t)

Uji statistik t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas mempengaruhi variabel tergantung secara parsial atau tidak. Penelitian ini menggunakan uji satu arah dengan tingkat signifikansi 5%.

**Tabel 5 Hasil Uji t**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.267	2.821		2.221	.029
1 Label Halal	.887	.172	.602	5.173	.000
Kesadaran Halal	.136	.137	.116	.997	.321

Dependent Variable: Minat Pembelian

*Sumber Data: Data diolah 2023***H1 : Label Halal Berpengaruh terhadap Minat Pembelian produk UMKM di Kota Bima**

Berdasarkan hasil olah data dimana nilai t hitung variabel label halal (X1) sebesar  $5.173 > 1.660$  dengan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$  ( $0.000 < 0.05$ ), sehingga hipotesis yang dinyatakan “**Diterima**”. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian [26] menyatakan bahwa labelisasi halal mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap minat beli konsumen pada pizza hut di Kota Medan dan penelitian [21] menyatakan bahwa label halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada kosmetik

Label halal yang disematkan pada produk UMKM merupakan keharusan bagi setiap umat Islam supaya dengan aman mengkonsumsi makanan. Sertifikat halal ini ditunjukkan melalui logo halal yang dicantumkan pada setiap kemasan. Di negara-negara mayoritas Muslim, hubungan antara sertifikasi halal dan bisnis makanan tidak dapat dibedakan. Karena sertifikat halal ini benar-benar membuktikan bahwa makanan yang dijual harus dilindungi dan dibebaskan dari zat-zat perusak yang dilarang oleh Islam. Dengan adanya label halal pada produk UMKM maka konsumen muslim akan semakin percaya dalam mengkonsumsi produk UMKM tersebut.

**H2 : Kesadaran Halal Berpengaruh terhadap Minat Pembelian produk UMKM di Kota Bima**

Berdasarkan hasil olah data dimana nilai t hitung variabel kesadaran halal (X2) sebesar  $0.997 > 1.660$  dengan nilai signifikan  $0.321 > 0.05$  ( $0.321 > 0.05$ ), sehingga hipotesis yang dinyatakan “**Ditolak**”. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian [27] yang menyatakan bahwa kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap minat beli ulang makanan.

Kesadaran halal masyarakat Kota Bima akan produk halal merupakan tingkat wawasan konsumen muslim untuk mengetahui produk halal menurut Islam. Pemahaman Islam tentang proses pemotongan, pengemasan, dan kebersihan makanan yang diatur oleh kaidah Islam menunjukkan pemahaman mereka. Kesadaran seorang muslim terhadap produk yang halal salah satunya dengan mengetahui proses penyembelihan, kemasan makanan yang digunakan, kebersihan akan makanan yang mereka konsumsi. Hal ini penting untuk memastikan bahwa produk yang mereka konsumsi adalah benar – benar produk halal, tetapi dari data menunjukkan masih banyak masyarakat Kota Bima membeli produk UMKM tanpa melihat apakah produk tersebut diolah sesuai dengan syariah islam atau tidak tetapi cukup mengetahui bahwa yang menjual adalah beragama islam.

**5. KESIMPULAN DAN SARAN****5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk UMKM di Kota Bima dan kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian produk umkm di Kota Bima. Dalam penelitian ini yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM di Kota Bima untuk terus memperbaiki produk dengan mendapatkan sertifikat label halal sehingga minat pembelian yang dilakukan konsumen akan meningkat.

**5.2 Saran**

Produk yang unggul untuk dapat diminati konsumen dimana pada semua aspek produk yang dijual ke pasar harus memenuhi standar yang diinginkan konsumen termasuk adanya label halal pada kemasan dan kesadaran konsumen akan tinggi terhadap produk-produk halal yang menyebabkan konsumen terus melakukan pembelian karena sudah terjamin higienis dan kehalalan produk yang di konsumsi, apalagi sebagian warga Kota Bima beragama Islam, sehingga penting bagi pelaku UMKM mendapatkan sertifikat halal untuk produknya. Bantuan dari Pemerintah Kota Khusus nya dinas terkait agar mempermudah proses mendapatkan label halal dengan terus melakukan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM dalam

proses mendapatkan sertifikat halal sehingga produk UMKM bisa naik kelas dan masuk taraf UMKM unggul

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] <http://www.halalmui.org/newMUI/>, akses 25 februari 2023
- [2] Rizki, Bagus. Harahap, Nurlaila and Ridwan. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim (Studi Kasus Pada Cemilan Makanan Olahan UD. Rezeki Baru Kecamatan Medan Denai). *KITABAH*.3(2 )
- [3] Izuddin Ahmad, 2018 “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner”. *Jurnal Fakultas,Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, 3(2)
- [4] Cupian. Meilasari, Kinta and Noven, Annisa. 2023. Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal Studi Masyarakat Muslim di Kota Banjar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01)
- [5] Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. 2019. The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1): 64-79.
- [6] Anggraini, Inar, and Diah Setyawati Dewanti. 2020. “The Effect of Halal Foods Awareness on Purchase Decision with Religiosity as a Moderating Variable.” *Journal of Economics Research and Social Sciences* .4(1). doi: 10.18196/jerss.040116.
- [7] Hoetoro, Arif. 2018. *Ekonomi Mikro Islam: Pendekatan Integratif*. Malang: UB Press.
- [8] Alfian, Ian and Marpaung, Muslim. 2017. Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan. *At-Tawassuth*, 2(1), 2017: 122-145
- [9] Widyaningrum, Wahyu P. 2018. Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Pembelian kosmetik melalui variabel Persepsi sebagai mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *CAPITAL “Jurnal Ekonomi Dan Manajemen”*. 2(2)
- [10] Latiff, Z.A.A., Rezai, G., Mohamed, Z. and Ayob, M.A. 2015. Food Labels’ Impact Assessment on Consumer Purchasing Behavior in Malaysia. *Journal of Food Products Marketing*, 1(2015): 1-14.
- [11] Nofianti, K. A., & Rofiqoh, S. N. I. 2019. Kesadaran dan Logo Halal: Apakah Menentukan Minat Beli? (Studi pada Praktisi Bisnis UMKM di GRESIK). *Journal of Halal Product and Research*, 2(1): 16-24.
- [12] Mustika, A., & Achmadi, M. 2019. Teenagers Perception of Halal Food as an Option for Culinary Tourism. *In 3rd International Seminar on Tourism (ISOT 2018)*, Atlantis Press.
- [13] Syukur, M. & Nimsai, S. 2018. Factors influencing the purchase intention of halal packaged food in Thailand. *International Journal Supply Chain Management*, 7(4).
- [14] Prastiwi, S.K. & Auliya, Z.F. 2016. Do halal awareness increasing repurchase intention?. *Jurnal EBBANK*. 7(2), 55-64.
- [15] Ahmad, N. A., Abaidah, T. N. T., & Yahya, M. H. A. 2013. A study on halal food awareness among Muslim customers in Klang. A Study on Halal Food Awareness among Muslim Customers in Klang, 1073–1087
- [16] Kotler, P and Armstrong, G. 2018. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Terjemahan: Jusuf, D. I. Yogyakarta: Andi Offset.
- [17] Agustine Ferdinand. 2016. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Undip.
- [18] Husaini, Fauzan. 2016. The Consumption Behaviour of Muslim Students toward Halal Food in Yogyakarta; a SEM Approach. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 3(2): 120-135.



- [19] Mustika, A., Hendradewi, S., & Ratnaningtyas, H. 2021. Halal Label: Is It Important In Determining Buying Interest?. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 7(1): 1-10.
- [20] Flamboyant, F., Praja, A.K.A., Ruswanti, E. 2017. Halal label, attention ingredients, religiosity, cotrafactual thinking in purchase intention liang teh. *International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology*, Vol. (6): 4.
- [21] Mariam, Aam and Nopianti Nila. 2022. Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Siswa/Siswi Perhotelan SMK Negeri 1 Ciamis). *Jurnal Kewarganegaraan*. Vol. 6 (2).
- [22] Hendradewi, S., Darsiah, A., Mustika, A., Habibie, F. H. (2020). Halal Awareness toward the Interest In Buying Foreign Food Product (A Case Study: Korean Instant Noodles Purchase by School Teenagers in Jakarta). *International Journal of Advances in Social and Economic*, 2(1): 1-5
- [23] Juniwati and Listiawati Fitri. 2021. Ketika Konsumen Muslim Berminat Membeli Ulang Makanan Faktor Apa yang Mempengaruhinya. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship*. 9(4)
- [24] Vizano, Nico Alexander, Khamaludin Khamaludin, and Mochammad Fahlevi. 2021. "The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia." *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 8(4):441–53. doi: 10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0441.
- [25] Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- [26] Aminuddin. 2018. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Pizza Hut Kota Medan) . *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)*. 5(2).
- [27] Kusnandar, Suroso, I., and Prasodjo .2015. Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Label Halal Produk Kosmetik La Tulipe Terhadap Minat Konsumen Untuk Membeli Ulang Di Kota Banyuwangi. *Artikel Ilmiah Mahasiswa*.