

# PENGARUH LABEL HALAL PRODUK MAKANAN RUMAH TANGGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM( STUDI KASUS KEC SUKAMARA RT/RW 008/003 KELURAHAN MENDAWAI SUKAMARA)

Sarila<sup>1</sup>, Ahmad Hulaify<sup>2</sup>, Parman Komarudin<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Ekonomi Syariah, 60202, Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin, NPM.16510044

<sup>2</sup>Ekonomi Syariah, 60202, Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin, NIK. 06.1004.338

<sup>3</sup>Ekonomi Syariah, 60202, Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin, NIK.

06.1310.674

E-mail: sarila003@gmail.com

## ABSTRAK

Label halal merupakan pencantuman atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang berdistribusi produk halal. Konsumsi merupakan perilaku ekonomi yang asasi dalam kehidupan manusia setiap makhluk hidup pasti melakukan aktivitas konsumsi termasuk manusia. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh label halal produk makanan rumah tangga terhadap keputusan konsumsi dan Bagaimana pola konsumsi pada produk makanan rumah tangga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal produk makanan rumah tangga terhadap keputusan konsumsi dan pola konsumsi pada produk makanan rumah tangga. penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, angket atau kuesioner, responden dalam penelitian ini berjumlah 57 orang. Hasil penelitian ini label halal produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan konsumsi hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung sebesar 34,700 dengan sig sebesar 0.000 yang menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel 4,02 dan nilai sig lebih kecil dari 0,05 dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga label halal produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumsi.

**Kata kunci:** *Ekonomi Syariah, Keputusan Konsumsi, Label Halal, Makanan Rumah Tangga, Produk Makanan.*

## ABSTACT

*Halal label is the inclusion or statement of halal on the product packaging to show that the product distributed halal products. Consumption is a fundamental economic behavior in human life every living being must carry out consumption activities including human beings. The formulation of problems in this study is how the influence of halal labels of household food products on consumption decisions and How is the pattern of consumption in household food products. In this study aims to find out the influence of halal labels of household food products on consumption decisions and consumption patterns on household food products. this research using quantitative methods, sampling using purposive sampling techniques, data collection methods by observation, interviews, questionnaires or questionnaires, respondents in this study numbered 57 people. The results of this study label halal products together affect the decision of consumption this can be seen from the calculated value of F of 34,700 with a sig of 0.000 which indicates that the value of F calculates greater than F table 4.02 and the value of sig is less than 0.05 thus  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, so that the halal label of the product simultaneously or jointly has a significant effect on consumption decisions.*

**Keywords:** *Sharia Economy, Consumption Decisions, Halal Labels, Household Food, Food Products.*

## PENDAHULUAN

Konsumsi secara Islam tidak bisa dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia.<sup>1</sup> Ekonomi akhlak mengandung arti kesatuan antara ekonomi dan akhlak harus berkaitan dengan sektor produksi, distribusi dan konsumsi. Perdagangan yang Islam adalah perdagangan berlandaskan norma-norma Islam diantaranya menegakkan perdagangan barang yang baik dan tidak haram untuk dikonsumsi.<sup>2</sup>

Amaliah dalam hukum islam dibagi kedalam dua bagian pertama ibadat, yang didalamnya diatur pola hubungan manusia dengan Tuhan danyang kedua Muamalah didalamnya diatur dalam pola hubungan antar sesama manusia.<sup>3</sup> Bangsa Indonesia adalah bangsa yang mayoritas penduduknya beragama Islam merupakan lingkungan pasar yang cukup banyak bagi perusahaan terutama perusahaan makanan dan minuman juga tidak terkecuali makanan rumah tangga. Oleh karena itu sebagai umat Muslim dari segi produk adalah salah satu yang akan menjadi pertimbangan dalam melakukan pembelian atau kegiatan konsumsi, merupakan suatu syariat yang harus dijalankan oleh setiap muslim, yaitu kehalalan sebuah produk tersebut, baik itu yang sifatnya tersubstansi dalam produk maupun yang terjadi dalam proses produksinya

Halal dalam istilah bahasa Arab, didalam agama Islam yang artinya diizinkan atau boleh. Keterangan halal banyak dijumpai diproduksi makanan, minuman, obat-obatan yang diizinkan untuk dikonsumsi menurut Islam. Sertifikat Halal (Fatwa tertulis) adalah keterangan tertulis tentang fatwa halalnya suatu produk yang ditetapkan dan dikeluarkan oleh MUI. Penerbitan sertifikat halal oleh MUI akan mempertahankan kredibilitas dan kepercayaan terhadap sertifikat halal yang selama ini diterima dan diakui secara luas dilingkungan umat Islam.<sup>4</sup> Konsep Islam dalam makanan halal sudah tercantum dalam Al-Qur'an salah satu ayat yang berbicara tentang makanan halal adalah Q.S Al-Baqarah [2]:168 yang berbunyi:

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

---

<sup>1</sup>Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumsi dalam Persepektif Ilmu Ekonomi Islam*,(Jakarta:PT Raja Grafindo,2006, hlm. 12.

<sup>2</sup> Jusmaliani,*Bisnis Berbasis Syariah*,(Jakarta: Bumi Aksara,2008, hlm. 43.

<sup>3</sup> Asafri Jaya Bakri, *Konsep Maashid Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1996), hlm. 60.

<sup>4</sup>Achmad Faisal,*Tulisan Halal dari segi aspek Hukum.html*, <http://FaisalAhmad92.blogspot.com/2012/05/tulisan-halal-dari-segi-aspek-hukum.html>.dikutip pada tanggal 27 april 2020.

Artinya:

*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.*<sup>5</sup>

Ayat tersebut menjelaskan tentang seruan kepada seluruh umat manusia untuk mengkonsumsi makanan halal dan yang baik (thayyib). Ini menandakan tentang pentingnya mengkonsumsi makanan halal. Makanan yang halal dan baik memiliki dampak bagi orang yang mengkonsumsi. Karenanya, umat Islam dilarang keras memakan dan meminum dari suatu jenis masakan apa pun, kalau bukan produk halal dan thayib dalam perspektif Islam. Untuk mengetahui suatu produk adalah produk yang halal biasanya dapat dilihat dari label yang ada pada kemasan yang legalitasnya dikeluarkan oleh LP POM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan Dan Makanan Majelis Ulama Indonesia).<sup>6</sup>

Kenyataan dilapangan tidak seperti yang dibayangkan ternyata tidak sedikit makanan dan minuman pada kemasan yang belum mempunyai label halal, terutama produk makanan rumah tangga yang beredar di kios-kios sekitar yang banyak beredar ditengah lingkungan masyarakat awam. Berbeda dari halnya pengamatan di lapangan khususnya pada masyarakat Sukamara Kalimantan Tengah Jl Legong Kelurahan Mendawai Kabupaten Sukamara memiliki berbagai macam landasan persepsi dalam pengambilan keputusan konsumsi, khususnya dalam pemilihan produk makanan yang tidak memperhatikan label. Ada juga persepsi masyarakat yang tidak memperhatikan kejelasan atau label halal pada produk makanan yang dibeli. Masih saja beredar makanan yang tidak memperhatikan kehalalan produk. Padahal kita sebagai muslim yang beriman sudah jelas diperintahkan untuk mengkonsumsi segala sesuatu yang halal lagi baik.

Banyak beredar berbagai macam bahan atau produk makanan yang masih belum ada keterangan halal atau label halal dan diragukan kejelasan proses pembuatan juga bahannya. Seperti ditempat disekitar tempat tinggal kita banyak berbagai pilihan makanan olahan kemasan yang membuat pembeli dapat memilih makanan yang diinginkan. Khusus makanan yang banyak dijual dikios-kios sekitar tempat tinggal masyarakat RT/RW 008/003 kelurahan mendawai, Kabupaten Sukamara. Banyak masyarakat yang berbeda pendapat mengenai pilihan produk makanan rumah tangga yang ingin dikonsumsi, mulai dari masyarakat muslim yang akan memperhatikan makanan yang ingin ia beli, dan dari setiap individu muslim khususnya masyarakat RT/RW 008/003 kelurahan mendawai Sukamara pasti berbeda-beda. Masih saja orang-orang yang menghiraukan tentang halalnya produk makanan yang dibeli.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang datanya seperti angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Tujuan penelitian kuantitatif ini untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori, atau

---

<sup>5</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*,..., hlm. 25.

<sup>6</sup>Dewi Yulianti, pengaruh persepsi masyarakat terhadap labelisasi halal, <http://dewiyulianti.wordpress.com/2010/03/05/pengaruh-persepsi-masyarakat-terhadap-labelisasi-halal/>, dikutip pada tanggal 27 april 2020.

hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh penelitian.<sup>7</sup>Sumber data yaitu segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu, data primer dan data sekunder. Dalam arti lain *purposive sampling* merupakan salah satu *teknik non random sampling* dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menentukan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga dapat diharapkan dapat menjawab permasalahan peneliti. Jadi alasan menggunakan teknik *puposive sampling* karena dalam penelitian ini kreteria yang dipakai adalah masyarakat Kec Sukamara Rt/Rw 008/003 Kelurahan Mendawai Sukamara.

## HASIL PENELITIAN

### A. Analisis data

#### a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu keakuratan data pada objek penelitian dengan data yang dapat diperoleh peneliti. Uji validitas digunakan sebagai alat ukur kevalidan angket kuesioner.<sup>8</sup>

**Tabel 1**

#### Hasil Uji Validitas dari Variabel (X) Label Halal Produk

No	Rhitung	Rtabel	Sig.(2tailed)	Keterangan
1	0,614	0,195	000	VALID
2	0,565	0,195	000	VALID
3	0,654	0,195	000	VALID
4	0,729	0,195	000	VALID
5	0,653	0,195	000	VALID

Dapat dilihat dari tabel diatas hasil uji validitas X1 diketahui bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Dapat dilihat juga dari nilai Sig setiap variabel lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti semua pernyataan pada setiap variabel penelitian dinyatakan valid sehingga layak sebagai pengumpul data dan dapat dianalisis selanjutnya

**Tabel 2**

#### Hasil Uji Validitas Dari Variabel (Y) Keputusan Konsumsi

No	Rhitung	Rtabel	Sig.(2tailed)	Keterangan
1	0,432	0,195	000	VALID

<sup>7</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers,2014), hlm 42.

<sup>8</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariabel Program SPSS*, (Semarang: Universitas Di Ponegoro, 2009), hlm, 44.

2	0,593	0,195	000	VALID
3	0,536	0,195	000	VALID
4	0.462	0,195	000	VALID
5	0.375	0,195	000	VALID
6	0,535	0,195	000	VALID
7	0,639	0,195	000	VALID
8	0,477	0,195	000	VALID

Dapat dilihat dari tabel diatas hasil uji validitas Y diketahui bahwa nilai hitung lebih besar dari tabel. Dapat dilihat juga dari nilai Sig setiap variabel lebih kecil 0,05. Hal ini berarti semua pernyataan pada setiap variabel penelitian dinyatakan valid sehingga layak sebagai pengumpul data dan dapat dianalisis selanjutnya.

### b. Uji Reliabilitas

**Tabel 3**

**Hasil Uji Reabilitas**

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Label Halal Produk Makanan Rumah Tangga (X)	0,740	Reliabel
2	Keputusan Konsumsi (Y)	0,705	Reliabel

Dapat dilihat dari tabel diatas hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Label Halal Produk Makanan Rumah Tangga (X1) sebesar 0,740, berarti item pada variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur karena nilai Cronbach Alpha > 0,60. Nilai keputusan Konsumsi (Y) sebesar 0,705, berarti item pada variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur karena nilai Cronbach Alpha > 0,60. Dapat disimpulkan angket secara keseluruhan dapat dikatakan reliabel atau konsisten karena nilai Cronbach Alpha > 0,60.

### c. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, data variabel dependen dan independen yang dipakai merupakan berdistribusi normal atau tidak. Data penelitian yang baik ialah data yang berdistribusi normal.<sup>9</sup>

**Tabel 4**

**Hasil Uji Normalitas**

#### **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

---

<sup>9</sup>Anton Bawono, *Multivariate Analysis dengan SPSS*. (Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006), hlm.174.

		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,62601927
Most Extreme Differences	Absolute	,104
	Positive	,072
	Negative	-,104
Test Statistic		,104
Asymp. Sig. (2-tailed)		,189 <sup>c</sup>

Ho = data memiliki distribusi tidak normal

Ha = data memiliki distribusi normal

Ho diterima jika Sign Kolmogorov Smirnov < 0,05

Ho ditolak jika Sign Kolmogorov Smirnov > 0,05

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa Asymp. Sig. (2-tailed) 0,189 lebih besar dari 0,05 yang artinya data berdistribusi normal. Model regresi yang baik memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.

#### d. Analisis Regresi Sederhana

Tabel 5

#### Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20,036	2,514		7,970	,000
	LABEL HALAL PRODUK	,664	,113	,622	5,891	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN KONSUMSI

Berdasarkan hasil penelitian dari tabel 4.6 di atas maka diperoleh persamaan regresi linier sederhana akhir estimasi sebagai berikut :

a. Interpretasi uji regresi linier sederhana

Pengaruh Hasil Label Halal Produk ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Konsumsi ( $Y_1$ ) Dari tabel coefficients diketahui :

$$Y = a + Bx + e$$

$$Y_1 = 20,036 + 0,664 (X_1) + e$$

Artinya :

- Nilai koefisien konstanta = 20,036  
Hal ini berarti apabila nilai X1 diobjek penelitian sama dengan 0, maka tingkat atau besarnya variabel Y1 di lokasi tersebut akan sebesar 20,036.
- Nilai koefisien konstanta  $b_1 = 0,664$   
Berarti apabila nilai X1 mengalami perubahan (kenaikan atau penurunan), Y1 diobjek penelitian tersebut akan meningkat sebesar 0,664.

**Tabel 6**  
**(Uji f)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	93,413	1	93,413	34,700	,000 <sup>b</sup>
	Residual	148,061	55	2,692		
	Total	241,474	56			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN KONSUMSI

b. Predictors: (Constant), LABEL HALAL PRODUK

Dari hasil uji ANOVA atau uji F dapat dilihat bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 34,700 hal ini menunjukkan bahwa  $F_{hitung} = 34,700$  lebih besar dari nilai  $F_{tabel} = 4,02$  yang berarti variabel hasil Label Halal Produk ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap Keputusan Konsumsi (Y). Sedangkan, nilai signifikansi 0.000 lebih kecil nilai sig 0.05. dengan demikian hipotesisnya adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara hasil label halal produk makanan rumah tangga terhadap keputusan konsumsi dapat dibuktikan.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) artinya menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dan variabel independen atau sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 7  
Hasil Uji  $R^2$

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,622 <sup>a</sup>	,387	,376	1,641

a. Predictors: (Constant), LABEL HALAL PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN KONSUMSI

Dari tabel terlihat koefisien korelasi ( $R^2$ ) sebesar 0,622. Ini artinya ada hubungan sebesar 0,622 antara variabel dependen (Keputusan Konsumsi) dengan variabel independen (Label Halal Produk). Sehingga dapat disimpulkan korelasi antara label halal produk terhadap keputusan konsumsi mempunyai hubungan yang

cukup kuat. Koefisien determinasi (*Adjusted R*) sebesar 0,376, ini berarti kontribusi variabel independen (label halal produk) mempengaruhi variabel dependen (keputusan konsumsi) sebesar 37,6% sedangkan sisanya 62,4% dipengaruhi variabel lain diluar model

## PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diuraikan, maka untuk menjawab rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut.

Dari hasil penelitian dapat diketahui variabel label halal produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumsi hal ini dapat dilihat dari signifikansi label halal produk sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan 0,05. Dan juga dapat dilihat dari  $t_{hitung}$  sebesar 5.891 lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 1,673 koefisien regresi label halal sebesar 0,664 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan nilai label halal sebesar satu satuan maka akan diikuti dengan kenaikan keputusan konsumsi sebesar 0,664 maka dengan demikian  $H_a$  diterima bahwa secara parsial label halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumsi. Hal tersebut menunjukkan bahwa label halal produk berpengaruh positif terhadap keputusan konsumsi.

engkonsumsi produk halal terdapat dalam kitab suci dan merupakan perintah langsung dari Allah yang ditujukan untuk kebaikan manusia sendiri, keterangan tentang halal pada produk yang dijual terutama di Indonesia mempunyai arti yang sangat penting dan dimaksudkan untuk melindungi masyarakat yang beragama Islam dapat terhindar dari pengonsumsi produk yang tidak halal. Dengan menerapkan standar barang halal membuat produk memiliki standar kualitas yang jelas, serta memberikan nilai fungsi yang lebih kepada pelanggan.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Label Halal Produk Terhadap Keputusan Konsumsi  
Variabel X (Label Halal Produk) berpengaruh secara signifikan terhadap Y (Keputusan Konsumsi) hal ini dilihat dari signifikansi label halal produk sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 dan dapat dilihat juga dari  $t_{hitung}$  sebesar 5,891 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,673. Koefisien regresi label halal produk sebesar 0,664 Menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan label halal produk sebesar satu-satuan maka akan diikuti dengan kenaikan keputusan konsumsi sebesar 0,664. Hal ini tersebut membuktikan bahwa keberadaan label halal produk memberikan nilai positif yang memiliki peluang besar dalam mempengaruhi keputusan konsumsi.
2. Konsumsi dalam persepektif Islam  
Berdasarkan hasil penelitian perilaku mayoritas masyarakat Kec Sukamara ketika melakukan konsumsi sudah sesuai dengan prinsip konsumsi Islam, hal ini dapat dilihat bahwa masyarakat dalam memilih barang yang dikonsumsinya merupakan barang yang halal, hal ini sesuai dengan prinsip konsumsi dalam Islam dimana dalam mengonsumsi barang harus memperhatikan tujuan konsumsi, memperhatikan kaidah ilmiah, dan



memperhatikan bentuk konsumsi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Faisal, *Tulisan Halal dari segi aspek Hukum.html*, <http://Faisalahmad92.blogspot.com/2012/05/tulisan-halal-dari-segi-aspek-hukum.html>.dikutip pada tanggal 27 april 2020.
- Anton Bawono, 2006 *Multivariate Analysis dengan SPSS*.(Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006
- Asafri Jaya Bakri, 1996. *Konsep Maashid Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*,...
- Dewi Yulianti, pengaruh persepsi masyarakat terhadap labelisasi halal, <http://dewiyulianti.wordpress.com/2010/03/05/pengaruh-persepsi-masyarakat-terhadap-labelisasi-halal/>, dikutip pada tanggal 27 april 2020.
- Husein Umar, 2009. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm 42. Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariabel Program SPSS*, Semarang: Universitas Di Ponegoro,
- Jusmaliani, 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad Muflih, 2006 *Perilaku Konsumsi dalam Persepektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo