

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kaum muslim dalam menentukan sesuatu harus didasarkan pada aturan-aturan Islam yang telah ditentukan, kaum muslimin seluruh dunia khususnya di Indonesia menjalankan segala kegiatan berdasarkan ajaran syariah. Banyak hal mengenai ajaran syariah, salah satunya adalah dalam hal mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk. Kebutuhan manusia merupakan suatu keadaan akan sebagaimana dari pemuasan dasar yang dirasakan atau disadari. kebutuhan adalah suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan dasar tertentu. Masyarakat muslim telah membentuk pola khusus dalam mengkonsumsi suatu produk makanan, yaitu mengharuskan seluruh ummatnya untuk mengutamakan kehalalan. Adanya aturan ini agar para pemasar harus mempertimbangkan aspek kehalalan suatu produk, agar komunitas muslim dapat memberikan kepercayaan kepada produk tersebut. Kesempatan ini dimanfaatkan dengan baik oleh para pemasar dengan cara memberikan label halal pada produk yang di pasarkan sesuai dengan syariah islam.

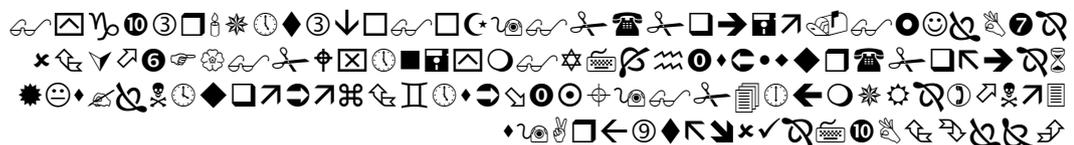
Indonesia merupakan pasar komunitas muslim yang sangat besar, begitu juga dengan penduduk muslim di Kabupaten Luwu Utara yang berjumlah \pm 310,470 Jiwa pada tahun 2018. Pemahaman yang semakin baik terhadap agama, makin membuat konsumen muslim menjadi lebih selektif dalam pemilihan produk yang di konsumsi.

Ada Banyak hal yang harus dilakukan dalam memilih suatu produk konsumsi dan produk lain untuk menyesuaikan suatu keinginan dan kebutuhan. Inilah cara untuk menemukan suatu informasi yang terdapat pada atribut produk konsumsi . atribut produk dapat menjadi unsur-unsur yang di pandang sangat penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan membeli baik itu konsumen muslim maupun konsumen non muslim. Makanan maupun barang yang wajib dikonsumsi, merupakan sesuatu yang baik dan halal di konsumsi dalam kehidupan sehari-hari, Untuk menjamin kehalalan suatu produk maka diperlukan suatu sistem produk halal.

Di Indonesia, Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah lembaga yang kompeten untuk melakukan penjaminan kehalalan produk. Dalam kerjanya peran MUI dibantu oleh LPPO MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan kosmetik, Majelis Ulama Indonesia). Lembaga ini dibentuk untuk membantu Majelis Ulama Indonesia dalam menentukan kebijakan, merumuskan ketentuan – ketentuan, rekomendasi dan bimbingan yang menyangkut pangan, obat-obatan, dan kosmetika sesuai ajaran islam. Lembaga ini mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal dan produk yang telah memiliki sertifikat halal tersebut dapat mencantumkan label halal pada produknya. Artinya produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsure-unsur yang dilarang oleh ajaran agama islam, atau produk tersebut tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen muslim.

Produk yang beredar dikalangan konsumen muslim bukanlah produk-produk yang secara keseluruhan memiliki label halal yang di cantumkan pada kemasannya. Artinya masih banyak produk-produk yang beredar dimasyarakat belum memiliki sertifikat halal. Konsumen muslim akan di hadapkan pada dua pilihan. Produk-produk halal dan produk yang memiliki label halal sehingga diragukan kehalalan produk tersebut, maka keputusan untuk membeli produk-produk berlabel halal atau tidak ada sepenuhnya ditangan konsumen itu sendiri.

Adapun konsumsi dalam islam tidak boleh dipisahkan dari peranan keimanan. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Batasan konsumsi dalam islam sebagaimana dalam Q.S al-baqarah : 168



Terjemahan: “*Wahai sekalian Manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan adalah musuh yang nyata bagimu*”.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa bukan hanya aspek halal saja yang menjadi batasan konsumsi dalam syariat islam tetapi termasuk pula aspek yang mesti diperhatikan adalah yang baik, yang bermanfaat, yang cocok, yang bersih, dan yang tidak menjijikan. Kegiatan konsumsi makanan yang halal merupakan sikap kepatuhan kepada perintah Allah sehingga memperoleh pahala. Pahala inilah yang dirasakan sebagai berkah dari makanan yang dikonsumsi. Demikian pula sebaliknya, konsumen tidak akan

mengonsumsi makanan yang karena merupakan perbuatan dosa yang akan mendatangkan siksa dari Allah. Keberkahan yang diperoleh menjadi bernilai negative.

Adapun kehalalan dalam suatu produk makanan pada saat ini sangat penting dalam kehidupan sehari-hari memerlukan penanganan yang sangat serius karena ada banyak kemungkinan yang dapat sampai haramnya atau halalhnya suatu produk makanan.

Pemahaman masyarakat di Kabupaten Luwu Utara yang sangat rendah terhadap labelisasi halal pada suatu produk, salah satunya diakibatkan kurang dan masih bersifat sangat penting dalam memilih produk konsumsi terhadap pentingnya memperhatikan label halal pada saat memilih produk makanan ataupun produk lain. Adapun Tugas yang penting harus dilakukan oleh masing-masing individu untuk menyadari bahwa mengonsumsi produk yang memiliki label halal sangat baik untuk dikonsumsi bagi masyarakat.

Kenapa pengetahuan konsumen terhadap suatu produk sangat penting? Karena produk apapun yang di beli baik makanan atau pun yang lainnya. berapa banyak yang dibeli, dimana anda dibeli, dan kapan anda membeli, akan tergantung kepada pengetahuan konsumen mengenai hal-hal tersebut.

Setelah melakukan observasi atau pengamatan terhadap masyarakat di Desa Sukamaju Kec.Sukamaju Kabupaten Luwu Utara tentang bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap perilaku konsumen memilih suatu produk baik itu makanan, ternyata tidak semua masyarakat menerapkannya.

Ditambah lagi, masyarakat yang berada di desa Sukamaju, Kec.Sukamaju sebagian Masyarakatnya beragama Islam, Sebagian lainnya beragama Hindu dan Kristen.Berdasarkan kepercayaan tersebut, seharusnya dalam memenuhi suatu kebutuhan dan keinginan para suatu konsumen di haruskan memilih produk makanan yang memiliki label halal agar dapat memperoleh masalah dan keberkahan.

Berdasarkan Penelitian oleh Sudarni (2014) berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, hasil analisis yang diperoleh adalah persamaan regresi antara labelisasi halal dengan perilaku konsumen memilih produk makanan, sehingga hipotesis dalam penelitian tersebut labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen memilih produk makanan.

Kondisi inilah yang menarik perhatian penulis untuk melakukan suatu penelitian mengenai “*Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Permintaan Produk Konsumsi bagi Masyarakat Kabupaten Luwu Utara*”.Adapun alasan penulis memilih masalah ini karna ingin mengajar semua individu-individu agar mengetahui lebel halal dalam memilih produk makanan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah labelisasi halal berpengaruh terhadap permintaan produk konsumsi Masyarakat Muslim di Kab. Luwu Utara.
2. Apakah labelisasi halal berpengaruh terhadap permintaan produk konsumsi Masyarakat non Muslim di Kab. Luwu Utara.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah masalah diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap permintaan produk konsumsi bagi masyarakat muslim Kab. Luwu Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap permintaan produk konsumsi bagi masyarakat muslim Kab. Luwu Utara.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka bermanfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Masyarakat

Penelitian ini di harapkan dapat mengetahui suatu pengaruh label halal dan harga produk terhadap permintaan produksi . ini ini sebagai suatu bahan masukan bagi masyarakat agar lebih hati-hati dalam memilih suatu produk untuk dikonsumsi agar mendapat manfaat yang baik dari kehalalan suatu produk.

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi semua pihak, terutama yang berkaitan dengan permintaan produk dan dapat menambah wawasan serta pengetahuan dalam bidang manajemen ekonomi, khususnya mengenai pengaruh label halal terhadap permintaan produk konsumsi bagi masyarakat muslim dan non muslim.

2. Bagi Penulis

Mengetahui wawasan mengenai pengaruh label halal, selain itu penelitian ini juga sangat berguna sebagai syarat akademisi untuk menyelesaikan Strata 1 Ilmu ekonomi pembangunan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memahami pemahaman, penjelasan, dan permasalahan yang akan dibahas maka, skripsi ini disusun dengan sebagai mana mestinya sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka yang terdiri landasan teori yaitu: pengertian label, pengertian halal, pengertian labelisasi halal, pengertian harga, pengertian keputusan konsumen, kerangka pemikiran.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang Lokasi dan Waktu Penelitian, Jenis dan Sumber Data, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, Metode Analisis Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, Defenisi Operasional dan Sistematika Penulisan.

BAB 4: PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian, dan pembahasan.

BABA 5 : PENUTUP

Di bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

Penyusunan laporan skripsi ini, Penulis akan menjelaskan pengertian yang berhubungan dengan judul penelitian yang diajukan, materi Label Halal, pengertian label, halal, pengertian label halal, konsep konsumsi dalam islam, masalah dalam komsumsi, halalan thayyiban dari berbagai tinjauan, sertifikasi produk halal, hak dan kewajiban konsumen.

1. Label Halal

1.1. Pengertian Label

Label mempunyai hubungan erat dengan pemasaran. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi tentang apa yang ada dalam penjual dan produk itu sendiri. Pemberian label (*labeling*) merupakan elemen produk yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen (Sinamora, 2000). Secara umum, label minimal harus berisi nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kadaluwarsa isi produk dan keterangan legalitas (Apriyantio A dan Nurbowo, 2003). Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau bisa sebagai tanda pengenal yang melekat dalam kemasan. Secara garis besar terdapat tiga macam label (Tjiptono, 2001), yaitu :

- a. Brand Label, yaitu merk yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan.
- b. Descriptive Label. Yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi/pembuatan, perhatian/ perawatan, dan kinerja produk, serta karakteristik-karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk.
- c. Grade Label, yaitu label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk (product's judged quality) dengan suatu huruf, angka atau kata.

Label mempunyai fungsi (Kotler, 2003) yaitu :

- a. Identitas (identifikasi); label dapat mengenalkan mengenai produk
- b. Grade (nilai); label dapat menunjukkan nilai atau kelas suatu produk
- c. Diskribe (memberikan keterangan); Label akan menunjukkan keterangan mengenai siapa produsen dari suatu produk, dimana produk dibuat, kapan produk dibuat, apa komposisi dari produk tersebut, bagaimana cara penggunaan produk secara aman.
- d. Promote (mempromosikan); Label akan mempromosikan lewat gambar dan produk menarik.

2. Halal

Halal berasal dari kata arab yang berarti melepaskan atau tidak terikat. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang dibolehkan dilakukan secara bebas atau tidak terikat oleh hal-hal yang melarangnya. Sedangkan yang dimaksud dengan makanan halal menurut Himpunan Majelis Ulama

Indonesia (MUI) adalah makanan yang dibolehkan memakannya menurut ajaran islam (Departemen Agama, 2003).

Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi kelezatan sesuai dengan syariat islam (Buhanuddin, 2011). Dalam Al-Qur'an, Allah memerintahkan agar manusia mengkonsumsi makanan dan minuman yang sifatnya halal dan thayyiban.

3. Pengertian Label Halal

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999, tentang Label Halal dan Iklan Pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan dalam pangan, dimasukkan kedalam, ditempelkan pada dan atau merupakan bagian kemasan pangan, menurut Peraturan Pemerintah pasal 10 ayat 9, setiap orang yang memproduksi dan mengemas pangan yang dikemas keseluruh wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan halal pada label.

Produk halal adalah produk pangan, obat, kosmetika dan produk lain yang tidak mengandung unsur atau barang haram dalam proses pembuatannya serta dilarang dikonsumsi umat islam baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan pembantu lainnya termasuk bahan produksi yang di olah melalui proses rekayasa genetika dan iridiasi yang pengolahannya dilakukan sesuai syariat islam serta memberikan manfaat yang lebih daripada madharat. Khusus mengenai pasal 30 Ayat 2e dalam penjelasan undang-undang pangan

disebutkan bahwa keterangan halal untuk suatu produk pangan sangat penting bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduk memeluk agama islam. Namun pencantuman label pangan baru merupakan kewajiban apabila setiap orang yang memproduksi pangan dan atau memasukkan pangan kedalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan menyatakan bahwa pangan yang bersangkutan adalah halal bagi umat islam.

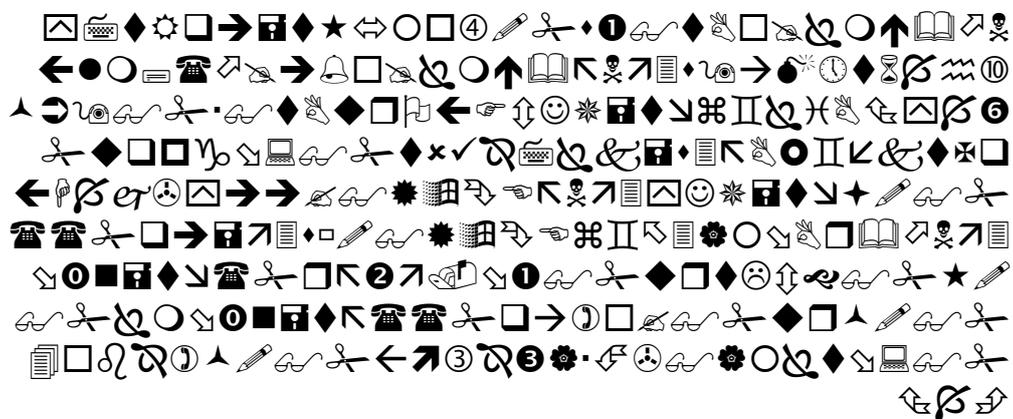
Lembaga pengkajian pangan obat-obatan dan kosmetika majelis ulama Indonesia atau yang disingkat LPPOM MUI adalah lembaga yang bertugas untuk meneliti, mengkaji, menganalisa dan memutuskan apakah produk-produk baik pangan dan turunannya, obat-obatan dan kosmetika apakah aman dikonsumsi baik dari sisi kesehatan dan dari sisi agama islam yakni halal atau boleh dan baik untuk dikonsumsi bagi umat muslim khususnya di wilayah Indonesia, selain itu memberikan rekomendasi, merumuskan ketentuan dan bimbingan kepada masyarakat. Lembaga ini didirikan atas keputusan Majelis Ulama Indonesia (MUI) berdasarkan surat keputusan nomor 018/MUI/1989, pada tanggal 26 Jumadil Awal 1409 Hijriah atau 6 Januari 1989M.

4. Info pengetahuan konsumen

Info pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian tentang apa yang dibeli, berapa bayak yang akan dibeli.. pengetahuan konsumen adalah suatu informasi yang di ketahui mayarakat dalam memilih suatu produk konsumsi makanan yang sdah ada lebel halalnya.

5. Konsep konsumsi dalam islam

Konsep ini memiliki arti permintaan atau juga biasa dapat diartikan sebagai suatu pemanfaatan. Dalam islam dijelaskan ajaran mengenai teori konsumsi diatur sedemikian rupa, sehingga dapat menjadi tujuan akhir dari konsumsi tersebut benar-benar sangat tercapai. Dapat kita lihat dari ayat Q.S Al-Maidah: 4



Terjemahan “*Mereka menanyakan kepadamu, apakah yang diharamkan bagi mereka, katakanlah di haramkan bagimu yang sebaik-baiknya*”.

Ayat diatas bermakna bahwa yang dimaksud barang yang baik atau yang dapat di konsumsi adalah segala sesuatu yang bersifat menyenangkan halal, dan baik.

6. Masalah dalam konsumsi

menyangkut masalah apakah benda pemuas kebutuhan yang diproduksi memang benda yang dapat dimiliki oleh konsumen. Barang yang diproduksi haruslah barang yang tepat, yaitu barang yang memang dibutuhkan, diinginkan, dan mampu dibeli oleh konsumen. Pengukuran besarnya berkah yang diperoleh dipengaruhi langsung oleh frekuensi kegiatan konsumsi yang dilakukan. Semakin tinggi frekuensi kegiatan yang memiliki

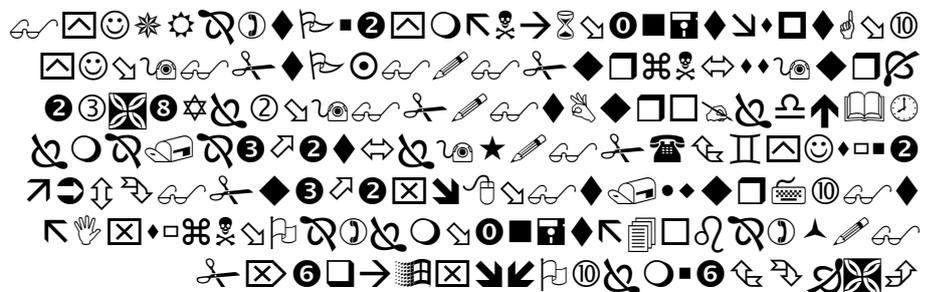
masalah maka semakin besar pula berkah yang diterima oleh pelaku ekonomi.

Berkah bagi konsumen juga akan berkaitan langsung dengan besarnya manfaat dari barang dan jasa yang dikonsumsi. Hubungan ini bersifat interaksional yaitu berkah akan dirasakan besar untuk kegiatan yang menghasilkan manfaat yang besar pula .

7. Halal thayyiban dari berbagai tinjauan

1. Tinjauan syar’I

In sesuai dengan kaidah yang ada dalam fiqhi, segala sesuatu yang Allah tidak melanggarnya berarti halal dan dapat di konsumsi bagi masyarakat muslim pembahasan mengenai makanan yang halal dan haram berdasarkan tinjauan syar’I adalah sebagaimana Allah memberikan pemahaman tentang makanan menurut surah Al-Baqarah: 173



Terjemahan ; Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

Pada ayat di atas dapat kita lihat dengan jelas bahwa makanan yang haram untuk dimakan sudah jelas dilarang oleh Allah , kecuali dalam keadaan terpaksa.

1. Tinjauan teknologi

Pekerjaan yang dilakukan seorang auditor makanna halal bukanlah pekerjaan mudah karna disamping memerlukan keterlitian yang tinggi dan memerlukan pengetahuan yang mendalam tentang produk konsumssi bagi masyarakat .

2. Sertifikat Produk Halal

1. Criteria Lembaga Memeriksa Kehalalan

Ketentuan fatwa atau para ahli fiki harus berkerja sama dengan baik antar dari berbagai mazhab maupundengan para ilmuan dari berbagai penjuru. Adapuntelah digaris besarkan dalam Al-Qur'an dan hadis di antara yaitu: Mewakili aspirasi umat Islam dan anggotanya hanya terdiri dari orang Islam saja. Oleh karena itu, sepanjang anggotanya orang Islam dan kejujuran, kebaikan akhlaknya telah diketahui dengan baik, maka lembaga itulah yang sangat memenuhi criteria dalam suatu produksi.

- a. Anggota-anggotanya harus ada yang ahli fiqih dan ahli berbagai keahlian yang berkaitan dengan cara mengkonsumsi produk halal bagi masyarakat muslim
- b. Bersifat *nonprofit oriented* (tidak mengharapkan keuntungan).

- c. Mempunyai jaringan yang luas yang melingkupi seluruh wilayah Indonesia agar

1. Cara Kerja Lembaga Pemeriksa kehalalan

Pemeriksaan kehalalan dilakukan pada bahan-bahan yang akan di produksi dan diketahui bahan-bahan yang di gunakan dalam bahan yang ingin di produksi dan sudah memiliki izin BPOM dari badan pengawasan pangan dan harus lulus uji dari pihak BPOM.

Penentuan jenis bahan dan asal usul bahan memerlukan dokumen pernyataan yang sangat penting karena dari situ kita lihat apa produk pangan ini bias di konsumsi atau tidak karena dapat melanggar aturan yang sudah di tetapkan, pernyataan produsen bahan baku dan bahan tambahan tidak begitu saja di terima akan tetapi di konfirmasi dengan pengetahuan mengenai bahan tersebut dari literature mengenai keberadaan jenis dan asal usul barang yang akan di produksi.

2. Hak dan kewajiban konsumen

Hak dan kewajiban konsumen itu sangat penting dalam suatu produk karena di situ lah kita dapat mengetahui sejauh mana hasil produksi kita yang sudah di sukai oleh konsumen dan memiliki produk yang sangat baik Ada empat hak yang dimiliki konsumen yaitu :

- a. Hak memperoleh keamanan dan keselamatan
- b. Hak memperoleh informasi atas produk
- c. Hak untuk memilih suatu produk

Adapun kewajiban konsumen sebagai mana yang sudah di atur dalam Undang-Undang perlindungan konsumen yaitu:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian produk
2. Pemanfaatan barang dan jasa , demi keamanan dan keselamatan konsumen dalam mengkonsumsi suatu.
3. Bertindak baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa.

8. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses bisnis yang dimulai dari proses persiapan atau perencanaan, proses penentuan harga, kemudian proses promosi dan yang terakhir adalah proses distribusi, guna menyampaikan nilai atau value yang dimiliki produk atau jasa kepada konsumen. Pemasaran yang ada saat ini tidak hanya dapat dilakukan secara konvensional, namun dapat di kemas secara berbeda guna meningkatkan daya saing dari informasi bagi konsumen. Menurut Mueller, S., dan Szolnoki, G. (2010) atribut produk terdiri dari kemasan, label, merk, dan fitur.

9. Minat Beli

Minat Beli (Purchase Intention) adalah berkecenderungan konsumen untuk membeli sesuatu produk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan membeli suatu produk dan diukur dengan tingkat kemungkinan

konsumen melakukan pembelian (Menurut Schiffman, L.G dan Kanuk, L.L(2000) komponen-komponen minat beli sebagai berikut :

- a. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk
- b. Mempertimbangkan untuk membeli
- c. Tertarik untuk mencoba
- d. Ingin mengetahui Produk
- e. Ingin memiliki produk
- f.

10. Sifat Konsumen

Sifat konsumen adalah suatu tindakan, atau kegiatan serta proses terstruktur yang mendorong tindakan pada saat sebelum membeli, saat membeli, yang terakhir adalah proses evaluasi guna memberikan ingatan dan tindakan terhadap produk tersebut untuk masa yang akan datang. Konsumen yang puas akan selalu ingat dan loyal pada merek (Kotler, 2009). Perilaku Konsumen di pengaruhi oleh beberapa factor-factor berikut :

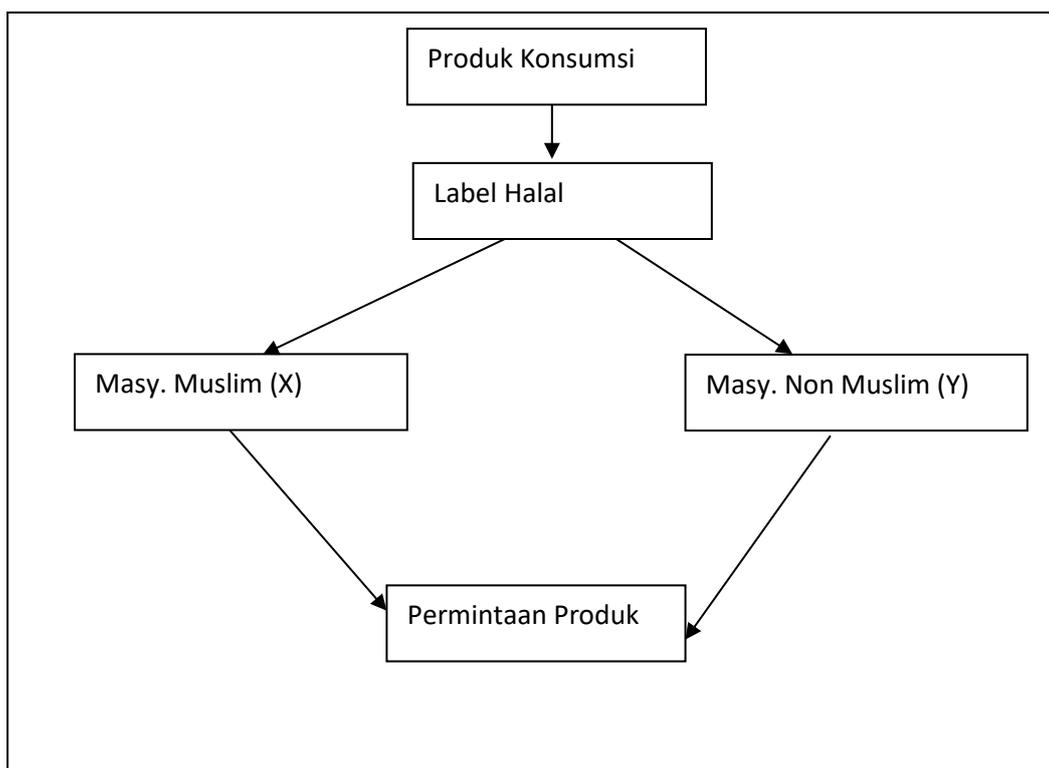
- | | |
|------------------|---------------------|
| a. Factor budaya | c. Faktor Pribadi |
| b. Factor social | d. Faktor Fisiologi |

2.2. Kerangka Konseptual

Label dalam suatu produk sangat penting karna dalam label itu kita dapat mengetahui ke hallan suatu produk dan semua konsumen akan tertarik pada suatu label produk yang kita buat, dan label itu dapat menarik konsumen utuk memiih suatu produk.

Dalam pencantumen label harus ada isin dari BPOM karna di situ sudah ada izin untuk membuat label untuk di pasang di suatu produk agar tidak melanggar aturan dan sangat penting bagi konsumen dalam memilih suatu produk makanan yang halal dan suda ada BPOM nya agar tidak salah memilih produk makannan .

Untuk melihat antusias masyarakat dalam memilih suatu produk konsumsi oleh masyarakat muslim dan non muslim di Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara yaitu melihat Labelisasi Halal pada suatu produk terutama untuk produk konsumsi khususnya masyarakat Muslim, berbeda dengan Masyarakat Non Muslim yang tidak terlalu menghiraukan tentang label halal yang ada pada suatu produk, sehingga permintaan produk konsumsi masyarakat yang memiliki label halal sangat tinggi, untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar kerangka konseptual dibawah ini.



2.3 Hipotesis

Gambar 2.1 Kerangka konseptual

2.3 Hipotesis

Berdasarkan dengan kerangka Konseptual diatas maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

1. Labelisasi halal berpengaruh terhadap permintaan produk konsumsi bagi masyarakat muslim di kab. Luwu utara
2. Labelisasi halal berpengaruh terhadap permintaan produk konsumsi bagi masyarakat non muslim di kab. Luwu utara.

2.4 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Sudarni 2014 pengaruh lebelisasi halal terhadap perilaku konsumen memilih produk makanan (studi masyarakat di RT/RW 002/008 kelurahan sungguminasi kab. Gowa	Label Halal (X) Indikator (Y)	<i>library research, fieldresearch, Interview</i>	Hasil analisis di peroleh persamaan regresi antara labelisasi halal dengan perilaku konsumen.
2	Dewi Diniaty (2014) <i>Perancangan Strategi Pemasaran pada produk anyaman Pandan (Studi kasus Home Industri Saiyo Sakato di</i>	Faktor Produk (x1) Faktor harga (X2) Faktor Promosi (X3) Faktor Lokasi (X4) Faktor Partisipant (X5)	<i>marketing mix, Accidental sampling, Interview</i>	Berdasarkan Uji signifikan secara serempak (uji- F) dihasilkan bahwa variabel produk, harga, promosi, lokasi participant, lingkungan fisik dan proses secara bersama-sama atau

	<i>Kenagarian Padang laweh Kecamatan Koto vii Kabupaten Sawah Lunto Sijunjung</i>	Faktor lingkungan Fisik (X6) Faktor Proses (X7) Minat Beli (Y)		simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.
3	Tri Widodo (2015) Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie	Labelisasi halal (X1), Harga (X2) variabel dependen adalah keputusan konsumen dalam membeli produk, sampel 100 Mahasiswa. Uji Hipotesis uji t, uji f, dan uji (R ²)	Wawancara, Kuesioner, Observasi, Analisis Data	Dalam pembelian suatu produk khususnya dalam pengambilan keputusan para pembeli dipengaruhi oleh beberapa faktor, meskipun pengaruhnya terhadap konsumen berbeda-beda
4	Yeni Herliani (2016) Pengaruh Perilaku Konsumen dan Label Halal Produk Makanan Rumah Tangga terhadap Keputusan Konsumsi di Palangkaraya	Perilaku Konsumen (X ₁) Label halal produk rumah tangga (X ₂) variabel keputusan konsumsi (Y)	<i>kuantitatif research</i>	Ada pengaruh secara signifikan antara perilaku konsumen dan label halal secara bersama-sama atau serentak terhadap keputusan konsumsi.
5	Lilik Andriani (2017) Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Bandar Lampung	Variabel label halal (X) Variabel keputusan pembelian (Y)	<i>Non - probability sampling teknik Purposive Sampling Kuesioner</i>	Hasil analisis membuktikan bahwa sub variabel proses pembuatan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
6	Ranu Nugraha (2017) Pengaruh Labelisasi Halal terhadap minat beli konsumen (survey pada mahasiswa Muslim	Labelisasi Halal (X) berpengaruh signifikan terhadap minat beli Konsumen (Y)	<i>Explanatory research dengan Pendekatan kuantitatif</i>	Kenaikan pada label halal berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen muslim Mie Samyang di Kota Malang begitu pula sebaliknya apabila

	konsumen Mie samyang berlogo halal Korean Muslim federation di Kota Malang)			ada penurunan pada label halal akan menurunkan minat beli.
7	Yusuf Andriansyah (2017) Pengaruh Label Halal, citra merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian The Racek (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang)	Menggunakan penelitian asosiatif untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih. Variabel Bebas (X), label halal (X1), citra Merek (X2), kualitas produk (X3) Variabel Terikat (Y)	Model Regresi dan Asumsi Klasik	Hasil analisis pengaruh label halal pada keputusan pembelian konsumen Muslim diperoleh kesimpulan bahwa ada hubungan yang signifikan dengan kedekatan hubungan antara label yang kuat dan positif dari konsumen Muslim halal keputusan pembelian.
8	Darwis Harahap (2018) Pengaruh Labelisasi Halal terhadap keputusan pembelian produk mie Instan pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan	Labelisasi halal (X) terhadap keputusan pembelian (Y) yang dilihat dari persamaan regresi keputusan pembelian	Menggunakan Angket dengan 91 Responden	Kebebasan itu diberikan dengan ketentuan tidak melanggar batas-batas yang suci serta tidak mendatangkan bahaya terhadap keamanan dan kesejahteraan masyarakat dan negara. Dengan demikian, konsumen Muslim membutuhkan produk-produk pangan yang sudah terjamin kehalalannya yang akan membuat para konsumen Muslim merasa aman ketika mengkonsumsinya.

9	Fitria Mega Sylvania Mujiono (2018) Analisis Pengaruh Label Halal, terhadap Preferensi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor	Penelitian ini menggunakan Regresi Logit yang mana adalah teknik statistika yang digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen	Menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif	Berdasarkan pada penghitungan analisis regresi logistik, dapat diketahui bahwa secara serentak maupun parsial seluruh variabel bebas (labelisasi halal, pendapatan dan harga produk) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap preferensi konsumen dalam keputusan pembelian produk makan impor pada mahasiswa Universitas Brawijaya untuk angkatan 2014-2017. Dan variabel labelisasi halal mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel bebas yang dipilih dalam penelitian ini.
10	Indri Afrilianti (2019) Pengaruh label halal dan Celebrity Endors terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Kosmetik Wardah di Kota Sumbawa)	Label Halal (X_1) Celebrity Endorser (X_2) Keputusan Pembelian Y	Menggunakan pendekatan metode kuantitatif	Label halal memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik wardah, sementara Celebrity Endorser memberikan pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian

				<p>pada kosmetik wardah. Hal ini membuktikan bahwa memberikan nilai positif dan dapat dipercaya pada keputusan pembelian dalam mengiklankan produk kosmetik tersebut.</p>
--	--	--	--	---

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Dan Waktu penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan di lokasi di kecamatan sukamaju kabupaten luwu utara adapun target penelitian sekitar dua bulan dari tanggal 5 agustus 2020 sampai dengan 5 oktober 2020.

3.2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan obyek yang menjadi sasaran penelitian (Suharsimi Arikunto, 2006: 130). Dengan kata lain gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti. Dalam penelitian ini populasi akan digunakan adalah 20 Orang responden di RT/RW :003/00 Jalan Pramuka Dusun Balipurwa Desa Sukamaju Kec. Sukamaju Kab. Luwu Utara.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang telah diteliti secara rinci (Muhammad, 2008). Ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu harus membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Pengambilan sampel digunakan dengan cara sample random. Sampel random yaitu mencampur subjek-subjek di dalam populasi, sehingga semua subjek dianggap sama (Sugiyono, 2008). Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah

sebagian dari populasi di RT/RW :003/00 Jalan Pramuka Dusun Balipurwa Desa Sukamaju Kec. Sukamaju Kab. Luwu Utara.

3.3. Jenis dan sumber data

1. Jenis Data

a. Data Kualitatif

Data kualitatif merupakan data yang digunakan untuk penelitian kualitatif. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang menggunakan data numerik, statistik, grafik, dan sebagainya, data kualitatif berisi deskripsi mengenai kualitas suatu fenomena tertentu yang biasanya sulit atau tak bisa diukur.

b. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur (measurable) atau dihitung secara langsung sebagai variabel angka atau bilangan. Variabel dalam ilmu statistika adalah atribut, karakteristik, atau pengukuran yang mendeskripsikan suatu kasus atau objek penelitian.

2. Sumber data

a. Data primer

Data Primer, adalah suatu data yang di peroleh dari hasil meneliti dan mengisi kuisioner dengan konsumen di RT/RW :003/00 jalan pramuka dusun paripurwa desa sokamaju kecamatan sukamaju kabupaten luwu utara Data Sekunder, adalah data yang sudah ada dan tersusun secara baik serta merupakan hasil penelitian atau rangkuman dari dokumen-dokemen perusahaan.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan berbagai teknik , diantaranya ;

1. Teknik keperustakaan yaitu teknik pengumpulan data yang di peroleh dari buku-buku yang terkait dengan lebelisasi halal suatu produk konsumsi .
2. Teknik lapangan yaitu mengumpulkan data langsung ke masyarakat dalam bentuk seperti :

a. Wawancara

Wawancara merupakan meode pngumpulan data dengan cara Tanya jawab dengan masyarakat, dan memiliki hasil yang memuaskan.

a. Kusioner

Kuesioner adalah sutu pilihan tentang kehallan suatu produk apakah setujuh atau tidak dan disitu kita dapat turunlangsung kepada masyarakat dan membagikan kuesioner yang kita punya supaya dapat diisi dengan benar. Inilah kuisioner yang kita jelaskan .

Referinsi	Item favorable
Sangat detujuh	5
Setujuh	4
Ragu-ragu	3
Tidak setujuh	2
Sangat tidak setujuh	1

Tabel 3.1.

Skor Jawaban Kuesioner

Ciri khas dari skala *Likert* adalah bahwa makin tinggi skor yang di peroleh oleh seorang responden merupakan indikasi bahwa responden tersebut sikapnya makin positif terhadap obyek yang ingin diteliti oleh peneliti.

1.5 Variabel Penelitian Dan Defenisi Oprasional

1. Pengertin Lebelisasi Halal

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) Majelis Ulama Indonesia (MUI) itu sendiri adalah wadah atau majelis yang menghimpun para ulama, zuama dan cendekiawan muslim Indonesia untuk menyatukan gerak dan langkah-langkah umat Islam Indonesia dalam mewujudkan cita-cita bersama. Majelis Ulama Indonesia berdiri pada tanggal, 7 Rajab 1395 H, bertepatan dengan tanggal 26 Juli 1975 di Jakarta, yang salah satu tugasnya yaitu pemberi fatwa (mufti) / memberikan label halal terhadap setiap produk yang di produksi di Indonesia maupun barang impor dari luar negeri. (www.mui.or.id) Dari penjelasan di atas tentang proses labelisasi halal tersebut dapat di tarik kesimpulan, yaitu Label Halal merupakan suatu apresiasi yang diberikan kepada produk ± produk yang telah memenuhi kriteria halal menurut ajaran agama Islam, perusahaan yang telah mencantumkan

label halal di kemasan produk mereka berarti telah melakukan dan melewati proses penlabelisian halal yang dilakukan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI).

3.6. Metode Analisis data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode pendekatan, sebagai berikut :

1. Pendekatan ekonometri yaitu suatu bidang statistik untuk mengukur suatu produk dan menguji suatu hubungan antara variable ekonomi secara kualitatif.
2. Pendekatan syar'i yaitu mengetahui masalah-masalah dengan memperhatikan suatu produk dalam ketentuan suatu syariat islam untuk menentukan suatu produk.

3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam suatu upaya untuk mengolah data yang di hasilkan dari hasil penelitian ada pun metode yang digunakan sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. ... Sisi lain dari pengertian validitas adalah aspek kecermatan pengukuran.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variable penelitian reliable atau tidak. Kuesioner dikatakan reliabel jika kuesioner tersebut dilakukan pengukuran ulang, maka akan mendapatkan hasil yang sama.

3.8. Variabel Penelitian Dan defenisi Oprasional

Variable merupakan suatu gejala yang menjadi suatu focus penelitian untuk di pahami, dalam penelitian ini kita menggunakan 2 variabel yaitu :

a. Variable bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan Variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu labelisasi halal produk konsumsi masyarakat yang disimbolkan huruf X.

Adapun indikator X, yaitu:

1. Produk Konsumsi masyarakat Muslim (X_1)
2. Produk Konsumsi masyarakat Non Muslim (X_2)

b. Variable terikat (*Dependent Variable*)

Variable terikat adalah variable yang memberikan respon jika dihubungkan dengan variable bebas, adapun variable yang terkait dalam penelitian ini yaitu:

1. Produk Konsumsi masyarakat Muslim (Y_1)
2. Produk Konsumsi masyarakat Non Muslim (Y_2)

2.9. Instrumen Penelitian

1. Uji validitas

Uji Validitas adalah Uji ketepatan atau ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur apa yang sedang ingin diukur. Dalam pengertian yang mudah

dipahami, uji validitas adalah uji yang bertujuan untuk menilai apakah seperangkat alat ukur sudah tepat mengukur apa yang seharusnya diukur.

2. Uji Rehabilitas

Uji reliabilitas adalah **uji** untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variable penelitian reliable atau tidak. Kuesioner dikatakan reliabel jika kuesioner tersebut dilakukan pengukuran ulang, maka akan mendapatkan hasil yang sama.

3.10 Analisis Data

Berdasarkan jawaban yang diperoleh dari 100 orang responden yang merupakan masyarakat RT 003 Dusun Balipurwa Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara, dilakukan analisis dengan uji variable dengan menjawab hipotesis penelitian antara labelisasi halal dengan pemilihan produk konsumsi. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan SPSS versi 24.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada lokasi di Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. Kecamatan Sukamaju kepadatan penduduk di kecamatan sukamaju sebesar 164 per Km² dengan kata lain setiap Km luaswilayah di Kecamatan Sukamaju secara rata-rata hanya didiami oleh 164 orang. Dibandingkan tahun2017 jumlah penduduk kecamatan Sukamaju mengalami peningkatan.Pada 2018 jumlah pendudukkecamatan Sukamaju sebesar 41.879 orang dengan tingkat kepadatan penduduk 164 orang.Sarana pendidikan di Kecamatan Sukamaju telah tersedia secara lengkap dari tingkat pendidikan TK sampai SMA, walaupun masih terbatas.Sarana pendidikan tk pada tahun 2018 terdiri dari 25 tk swasta dan 1 tk negeri sekoalh dasar (sd) sebesar 29 SD negeri dan 1 sd swasta dantersebar hamper di semua desa kecuali di desa banyuwangi dan mulyasari .jadi Untuk Menunjang kehidupan beragama di Kecamatan Sukamaju terdapat fasilitas tempatibadah berupa masjid (67 buah), mushalah (60 buah), gereja protestan (20 buah), gereja katolik(5 buah) dan Pura sebanyak 20 buah.Kegiatan perdagangan di Kecamatan Sukamaju didukung oleh keberadaan pasar sebanyak3 pasar dengan bangunan, 2 pasar tanpa bangunan, dan 3 Minimarket. Salah satu RT/RW di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara

yang menjadi focus peneliti untuk dijadikan subjek penelitian adalah RT/RW : 003/00 dusun Balipurwa.

Pemimpin :

Kepala Desa Sukamaju : Hamirul

Ketua RT 003 : Wayan Nuriadi

Jumlah masyarakat berdasarkan usia di RT 003 Dusun Balipurwa Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara

Table 4.1 jumlah masyarakat berdasarkan usia

No	Umur	Frekuensi	%
1	18-24	65	0,36
2	25-31	55	0,34
3	32-37	29	0,3
	Jumlah	149	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Pada table 4.1 menunjukkan 0.36% atau 65 dari 153 merupakan masyarakat yang berusia 18-24 tahun, sebanyak 0,34% berusia 25-31 tahun dan sisanya yakni 0,3% berusia 32-37 tahun

4.1.2 Jumlah Responden

Penelitian ini telah dilaksanakn penyebaran kuisisioner terhadap 100 orang, penyebaran kuisisioner dilaksanakan di RT 003 Dusun Balipurwa Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. Waktu penyebaran kuisisioner berlangsung pada bulan Agustus – September 2020.

1. Pembahasan analisis data

a. Pembahasan

hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,0001 bila di bandingkan dengan α (0.05) menunjukkan nilai $\text{sig} < \alpha$ hal ini menunjukkan bahwa lebelisasi halal sangat berpengaruh pada produk yang dikonsumsi oleh konsumen dengan memilih produk konsumsi berupa makanan di di RT 003 Dusun Balipurwa Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara.

a. Lebel halal

Dalam suatu peraturan pemerintah no 69 tahun 1999 tentang lebel halal iklan pangan menyebut lebel adalah setiap keterangan dalam produ ada tertera pada lebel yang telah di sahkan oleh badan pengolahan pangan BPO.

Adapun pengertian halal menurut departemen agama adalah tindakan mengandung unsur atau bahan haram untuk digunakan dikonsumsi oleh umat islam, pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat islam.

a. Perilaku konsumen

Perilaku konsumen adalah suatu insikasi nyang dilakukan manusia untuk melakukan kegiatan pertukadan dalam hidu meraka untu memilih produk:

Defenisi tersebut memiliki 3 hal penting, yaitu :

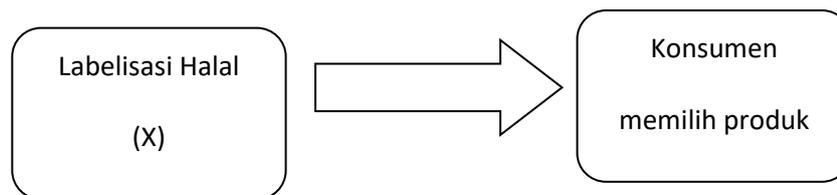
1. Perilaku konsumen sangat dinamis sehingga agak susah untuk di tebak.
2. Dapat melibatkan interaksi, perilaku dan kejadian sekitar lingkungan konsumen.

3. Menukar barang yang dimiliki konsumen dan di tukar dengan uang yang dimiliki produsen.

Perilaku konsumen yaitu suatu bentuk kegiatan yang dilakukan terhadap produk konsumsi agar dapat di konsumsi dengan baik.

b. Hubungan labelisasi halal dengan perilaku konsumen dalam memilih produk konsumsi

Dalam penelitian kuantitatif variable dilihat bukan ada keberadaanya saja tapi bagai mana hubungan ini di jalani Hubungan antar variable dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut :



Dapat kita liat hubungan antara variable labelisasi halal dan konsumen memilih produk dan mempunyai hubungan satu sama lain. adapun secara variable dibedakan dalam beberapa jenis yaitu , variable bebas dan variable dependen.

Secara teori, penulis menghubungkan antara labelisasi halal dengan pemilihan suatu produk oleh konsumen dalam memilih produk untuk konsumsi, yaitu penggunaan label halal pada produk makanan mempengaruhi pemilihan produk konsumsi oleh konsumen suatu produk konsumsi, dimana konsumen cenderung memilih produk yang sdah dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang.

Pengetahuan konsumen sangat berpengaruh terhadap permintaan produksi karna mereka lah yang akan menyampaikan kepada konsumen-konsumen lainnya agar mengkonsumsi produk yang kita miliki karna sdah memeiliki sertifikat ke halllan dan baik di konsums.ada pun pengetahuan konsumen terdiri dari 2 yaitu :

1. Info produk yaitu kumpulan berbagai macam produk informasi mengenai produk. Pengetahuan ini sangat meliputi kategori produk merek atribut.
2. Adapun pengetahuan harga yaitu suatu pemilihan harga yang berkualitas dan dapat di konsumsi dengan baik.

Susunan tersebut diatas dapat dipahami bahwa setiap muslim dalm memilih suatu produk makanan yang dikonsumsi harus memperhatikan lebelisasi halalhnya. Dapat kita lihat di dalam Q.S. Al- Baqarah: 168



Terjemahan : Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Ayat di atas menjelaskan bahwa bukan aspek halal saja yang menjadi batas ekonimo dalam syariat islam akan tetapi termasuk pula aspek yang mesti atau sangat diperhatikan.

b. Analisis Data

Berdasarkan jawaban yang diperoleh dari 100 orang responden yang merupakan masyarakat RT 003 Dusun Balipurwa Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara, dilakukan analisis dengan uji variable dengan menjawab hipotesis penelitian antara labelisasi halal dengan pemilihan produk konsumsi. Adapun pengolahan data yang dilakukan melalui SPSS versi 24.

Adapun data yang di gunakan dalam analisis dan uji yang dilakukan sebagai berikut:

4.1.2.1. Uji Validitas

uji validitas yang digunakan yaitu dapat dilihat dari table itemtotal statistic dan pada kolom kemudian membandingkan dengan r table (5%) . uji validitas dalam setiap item suatu pertanyaan terhadap skortotalnya di sajikan pada table yang ada di bawah ini.

Tabel 4.2 Uji Validitas

Variable	indikator	r hitung	r table	validitas
Lebelisasi Halal X	1	0,321	0,170	valid
	2	0,321	0,170	valid
	3	0,358	0,170	valid
	4	0,356	0,170	valid
	5	0,409	0,170	valid
Perilaku Konsumen	1	0,663	0,170	valid
	2	0,770	0,170	valid

Memilih ProdukMakana n Y	3	0,697	0,170	valid
	4	0,696	0,170	valid
	5	0,631	0,170	valid

Hasil nilai R hitung dari setiap pertanyaan-pertanyaan di atas nilai masing-masingnya lebih dari nilai R hitung, dengan demikian berdasarkan kriteria bahwa data dari semua pertanyaan tergolong valid.

4.1.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengukur suatu instrument sejauh man instrument tersebut dapat di percaya pengujian yang digunakan untuk menguji tingkat kepercayaan meraka angkat variable.

Tabel 4.3 uji reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.834	10

Berdasarkan hasil yang diolah dari table 4.4 yakni hasil pengolahan data mengenai reabilitas.

4.1.2.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda degan maksud mengetau sampai mana pengaruh lebelisasi terhadap produk konsumsi bagi masyarakat.

Tabel 4.4 uji regresi linier sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.908	1.755		7.923	.000
produk konsumsi	.375	.077	.443	4.897	.000

Berdasarkan table tersebut, hasil perhitungan hubungan lebelisasi halal terhadap perilaku konsumen memiliki produk makanan di dapatkan persamaan regresi:

$$Y = 13.908 + 0,375X$$

koefisien nilai konstanta adalah 13.908. dalam hal ini jika variable X bernilai 0 maka variable Y bernilai 13.908 selanjutnya koefisien regresi variable X sebesar 0,375 memiliki arah yang positif..

4.1.2.4. Koefisien korelasi

Koefisien korelasi dapat digunakan untuk kita mengetahui kuatnya suatu tindakan hubungan antara lebelisasi halal (X) dengan perilaku konsumen memilih produk makanan (Y)

Tabel 4.5 uji koefisien korelasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.992 ^a	.985	.980	4.1512

Table 4.5 menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,992. Nilai ini dapat kita interpretasikan bahwa hubungan pada kedua variabel penelitian ada di kategori hubungan yang sangat kuat.

4.1.2.5. koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel bebas dalam menarangkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square sebagai mana dapat dilihat pada table 4.5 hasil perhitungan regresi dapat kita ketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,985 hal ini. Menunjukkan bahwa variabel labelisasi halal (X) memiliki pengaruh kontribusi sebesar 98,5% terhadap perilaku konsumen dalam memilih suatu produk makanan. (Y) dan 1,5% dapat dilihat dipengaruhi oleh faktor selain labelisasi halal seperti harga makanan.

4.1.2.6. uji signifikan (uji-t)

Uji t dapat digunakan untuk mengetahui suatu pengaruh variabel labelisasi halal terhadap variabel perilaku konsumen memilih suatu produk makanan.

di lihat dari table 4.4 dapat memperoleh nilai $\text{sig}=0,001 < 0,05$ sehingga dapat kita artikan bahwa variable lebelisasi halal berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memilih suatu produk makanan.

2.2 Pembahasan

Konsumen dalam memilih produk makanan harus memperhatikan beberapa aspek yang menjadi batasan konsumsi dalam syariat Islam.ada pun cara yang harus dilakukan dalam upayah memili produk yaitu kita ddapat memilih produk yang baik memperhatikan lebel yang sudah tertera pada produk..penggunaan label halal pada produk makanan mempengaruhi pemilihan produk konsumsi oleh konsumsi suatu produk, dimana konsumen cenderung memilih produk yang sudah dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang di Indonesia (BPOM dan MUI).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Lebelisasi halal adalah suatu produk yang sudah di sahkan oleh badan pangan pengolahan obat dan makanan (BPOM) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan apabila sudah di setuju dari semua pihak maka produk yang kita buat bisa di edarkan tanpa halangan apapun,,

Adapun hasil penelitian yang telah didapatkan yaitu , hasil yang di peroleh dari persamaan regresi antara lebelisasi halal dengan perilaku konsumen memilih produk makanna yaitu $Y = 13098 + 0,375 X$ dan nilai $R = 0,992$ serta $R \text{ Square} = 0,985$. dapat kita lihat dari hasil uji yang telah kita uji bahwa lebelisasi halal berpengaruh atau signifikan terhadap perilaku konsumen dalam memilih suatu produk makannan.

5.2 Saran

Ada pun saran yang dapat di berikan sehubungan dengan hasil penelitian yang di dapat kan dapat di saran kan kepada masyarakat agar dalam memilih suatu produk makanna harus berhati-hati karna jagan sampai memilih produk makannna yang tidak memiliki izinkarna tidak baik bagi masyarakat maupun diri sendiri, dapat kita lihat dari ayat-ayat Al-Qur'an yang sudah jelas melarang makannan yang tidak di bolehkan oleh Allah S.W.T.

KAJIAN PUSTAKA

- Afriliantini, Indri. *Pengaruh label halal dan Celebrity Endors terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Kosmetik Wardah di Kota Sumbawa)*. Skripsi sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. 2017
- Andriani, Lilik. *Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Bandar Lampung*. Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung. 2017
- Assael, Henry. (2001). *Consumer Behaviour 6th Edition*. New York: Thompson Learning.
- Badan Pusat Statistik. *Kabupaten Luwu Utara dalam Angka 2019*. Kab. Luwu Utara. 2019 [http://tempo.co.id/Peraturan UU No. 23 Tahun 1992/06 April 2004](http://tempo.co.id/Peraturan_UU_No._23_Tahun_1992/06_April_2004).
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro, 2005), h.42.
- Diniaty, Dewi. *Perancangan Strategi Pemasaran pada produk anyaman Pandan (Studi kasus Home Industri Saiyo Sakato di Kenagarian Padang laweh Kecamatan Koto vii Kabupaten Sawah Lunto Sijunjung)*. Skripsi Sarjana, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Kasim Riau. 2014
- Harahap, Darwis. *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap keputusan pembelian produk mie Instan pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan*. Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. 2018
- Jonathan Sarwono, *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2012)
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*, Jakarta: Erlangga.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya: 2000
- Schiffman, L.G. dan Kanuk, L.L. 2000. *Consumer Behaviour 7^e, Int Edition*. New Jersey: Prehalindo.

- Sakr, Ahmad Hussein. *Menyingkap Produk-Produk Haram*. Yogyakarta: Wahana Cendikia. 2006.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. 2012.
- Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. 2011.
- Sudarni. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Perilaku Konsumen Memilih Produk Makanan (Studi Pada Masyarakat di RT/RW:002/008 Kelurahan Sungguminasa Kabupaten Gowa)*. Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Alauddin Makassar. 2014
- Utami, Wahyu Budi. *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survei pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah Griya Muslim An-Nisa Yogyakarta)*. Yogyakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga. 2013.
- Widodo, Tri. *Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Skripsi sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2015

