

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN ATAS PENERAPAN LABELISASI HALAL DALAM SUATU PRODUK (Studi Kasus UD. Sariwangi Tangerang)

RIDWAN MUHAMMADAN PANE

¹⁾Dosen STISIP Yuppentek
E-mail: ridwanmuhammadpane@gmail.com¹⁾

ABSTRAK

Dengan adanya label halal pada produk bakso UD. Sari Wangi konsumen muslim dapat memastikan produk bakso mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Hampir setiap orang yang diwawancarai mengemukakan pendapatnya bahwa dengan adanya label halal pada kemasan yang ada di kemasan bakso UD. Sari Wangi membuat para konsumen muslim merasa aman dan yakin untuk mengonsumsi produk bakso UD. Sari Wangi karena bagi mereka hal tersebut merupakan bagian dari prinsip hidup konsumen muslim. Konsumen muslim sendiri juga bukan tanpa kesulitan untuk memilih produk-produk yang mereka konsumsi menjadi produk dalam kategori halal dan haram. Tentunya untuk memeriksa sendiri kondisi kehalalan suatu produk adalah kurang memungkinkan. Hal ini berkaitan dengan masalah teknis dalam memeriksa kehalalan suatu produk, seperti uji kimia, pengamatan proses serta pemeriksaan kandungan produk. Yang hal tersebut sudah terwakili dengan adanya labelisasi halal pada kemasan makanan dan minuman. Konsumen nonmuslim pun memilih produk berlabel halal menjadi pertimbangan bagi kesehatannya, karena labelisasi halal yang secara prinsip adalah label yang menginformasikan kepada pengguna produk, bahwa produknya benar-benar halal dan nutrisi-nutrisi yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah, dan tidak membahayakan kesehatan sehingga produk tersebut boleh dikonsumsi. Dengan adanya labelisasi halal terjadi peningkatan penjualan pada tahun 2011 sampai tahun 2015 rata-rata sebesar 25% yang mengakibatkan pendapatan UD. Sari Wangi bertambah dari Rp. 242.681.250,00 menjadi Rp. 323.575.000,00. Dari sisi produsen sertifikat halal mempunyai peran antar lain; (1) sebagai pertanggungjawaban produsen kepada konsumen muslim, (2) meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen, (3) meningkatkan citra dan daya saing perusahaan, dan (4) sebagai alat pemasaran serta untuk memperluas area pemasaran.

Kata Kunci : Konsumen, Perilaku, Labelisasi

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seiring dengan pesatnya perkembangan media informasi dewasa ini, arus informasi yang dapat diperoleh konsumen akan semakin banyak dan turut pula mempengaruhi pola konsumsi mereka. Labelisasi halal yang secara prinsip adalah label yang menginformasikan kepada pengguna produk yang berlabel tersebut, bahwa produknya benar-benar halal dan nutrisi-nutrisi yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produk tersebut boleh

dikonsumsi. Dengan demikian produk-produk yang tidak mencantumkan label halal pada kemasannya dianggap belum mendapat persetujuan lembaga yang berwenang (LPPOM-MUI) untuk diklasifikasikan kedalam daftar produk halal atau dianggap masih diragukan kehalalannya. Ketiadaan label itu akan membuat konsumen muslim berhati-hati dalam memutuskan untuk mengonsumsi atau tidak produk-produk tanpa label halal tersebut.

Komunitas muslim di seluruh dunia terutama Negara Indonesia telah membentuk segmen pasar yang potensial dikarenakan pola khusus (konsumsi produk halal) mereka dalam

mengonsumsi suatu produk. Pola konsumsi ini diatur dalam ajaran agaman Islam yang disebut dengan Syariat. Dalam ajaran Syariat, tidak diperkenankan bagi kaum muslim untuk mengonsumsi produk-produk tertentu karena substansi yang dikandungnya atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran syariat Islam. Dengan adanya aturan yang tegas ini, maka para pemasar (produk halal) memiliki kesempatan untuk mengincar pasar konsumen khusus dari kaum Muslimin dengan adanya labelisasi halal.

Melihat kasus-kasus besar yang berkaitan dengan kehalalan produk pangan telah terjadi di Indonesia dan telah merugikan banyak pihak, serta menimbulkan kersahan masyarakat. Kasus pertama terjadi pada tahun 1988 yaitu adanya isu lemak babi pada banyak produk pangan, sedangkan kasus kedua adalah haramnya MSG Ajinomoto yang sebelumnya telah dinyatakan halal, ini terjadi pada tahun 2000. Belajar dari kasus yang terjadi pada tahun 1988 tersebut, maka Majelis Ulama Indonesia (MUI) berusaha berperan untuk menentramkan umat islam dalam masalah kehalalan produk dengan cara mendirikan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM MUI).

Produk-produk yang mendapat pertimbangan utama dalam proses pemilihannya berdasarkan ketentuan Syariat yang menjadi tolok ukur untuk Umat Islam adalah produk-produk makanan dan minuman. Ketidakinginan masyarakat Muslim untuk mengonsumsi produk-produk haram akan meningkatkan keterlibatan yang lebih tinggi dalam pemilihan produk (*high involvement*). Dengan begitu akan ada produk yang dipilih untuk dikonsumsi dan produk yang disisihkan akibat adanya proses pemilihan tersebut. Proses pemilihannya sendiri akan menjadikan kehalalan sebagai parameter utamanya. Ketentuan ini membuat keterbatasan pada produk-produk makanan untuk memasuki pasar umat Muslim.

UD. Sari Wangi yang berdiri sejak tahun 1997, adalah perusahaan yang memproduksi makanan berupa bakso daging sapi, naget ikan, dan otak-otak ikan. Sedangkan penglabelan halal diperoleh sejak tahun 2010, berkaitan dengan banyaknya produk Negara luar yang masuk ke pasar Indonesia dengan lambang halal Negara mereka. Dari mulai makanan ringan

seperti otak-otak sampai nasi goreng atau rending kemasan. Apabila Indonesia tidak melengkapi dengan dukungan sertifikat halal, tentunya pelanggan yang mengerti akan meninggalkan produk tersebut. Pelanggan membutuhkan kepastian terhadap kehalalan produk yang mereka konsumsi. Dengan demikian, produk Indonesia tidak boleh kalah dari segala sisi, termasuk sertifikasi halal yang dibutuhkan.

Melihat kenyataan yang terjadi sekarang, banyak persaingan antar pengusaha yang melabelkan makanan atau produk merek yang halal untuk dikonsumsi masyarakat luas dan hal tersebut dapat mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli suatu produk. Dari hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan studi tentang “**Analisis Perilaku Konsumen Atas Penerapan Labelisasi Halal Dalam Suatu Produk Studi Kasus UD. Sari Wangi Tangerang**”

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kegiatan bisnis yang dilaksanakan oleh UD. Sari Wangi?
2. Bagaimana proses labelisasi halal yang dilaksanakan oleh LPPOM MUI?
3. Bagaimana perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian produk bakso UD. Sari Wangi?
4. Bagaimana manfaat penggunaan label halal?
5. Bagaimana tanggapan orang muslim dan non muslim tentang label halal?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana labelisasi halal terhadap perilaku konsumen untuk memutuskan membeli produk bakso sapi, naget ikan, otak-otak ikan pada konsumen UD. Sari Wangi.

2. Untuk mengetahui tanggapan umat islam yaitu konsumen UD. Sari Wangi mengenai labelisasi halal ada produk makanan yang beredar di pasar.
3. Untuk mengetahui perbedaan persepsi mengenai labelisasi halal dari konsumen UD. Sari Wangi yang beragama Islam dengan konsumen UD. Sari Wangi yang beragama non muslim
4. Untuk mengetahui perbedaan persepsi mengenai perilaku konsumen untuk membeli produk halal dari masyarakat yang beragama islam dengan masyarakat yang beragama non muslim

Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Manfaat bagi perusahaan adalah mengetahui bagaimana peran labelisasi halal terhadap perilaku konsumen. Informasi tersebut diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam usaha melabelisasikan produknya dengan label halal di masa yang akan datang.

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi semua pihak yang berminat terhadap bidang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan dapat menambah wawasan serta pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran, yaitu yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran, khususnya mengenai peran labelisasi halal dalam perilaku konsumen.

3. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis mengenai manajemen pemasaran, khususnya mengenai perilaku konsumen.

DEFINISI KONSEPTUAL

Pengertian Label

Label adalah sejumlah keterangan pada kemasan produk. Secara umum, label minimal harus berisi nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kadaluwarsa, isi produk, dan keterangan legalitas (Anton, Apriyantono dan Nurbowo, 2003: 68-69).

Keterangan legalitas memberikan informasi bahwa produk telah terdaftar di badan pengawasan obat dan makanan (Badan POM), berupa kode nomor registrasi. Kode MD dan SP adalah untuk makanan local dan ML untuk makanan impor. Namun masih banyak produk yang berlabel halal, akan tetapi tidak terdaftar sebagai produk yang telah disertifikasi halal, hal ini khususnya produk yang berkode SP atau tidak berkode sama sekali.

Untuk produk-produk yang demikian, maka pengetahuan konsumen yang menentukan apakah diragukan kehalalannya atau tidak, jika ragu-ragu maka sikap yang terbaik adalah tidak membeli produk yang diragukan kehalalannya.

Pengertian Halal

Halal adalah sesuatu yang diperbolehkan menurut ajaran Islam. Sedangkan yang dimaksud makanan halal menurut Himpunan Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah makanan yang diperbolehkan memakannya menurut ajaran Islam.

Kata halal berasal dari akar kata yang berarti lepas atau tidak terikat. Sesuatu yang halal artinya sesuatu yang terlepas dari ikatan bahaya duniawi dan ukhrawi. Dalam bahasa hukum, kata halal juga berarti boleh. Kata thayyib dari segi bahasa berarti lezat, baik, sehat, menentramkan dan yang paling utama dalam konteks makanan, thayyib artinya makanan yang tidak kotor dari segi dzatnya atau kadaluarsa (rusak) atau dicampuri benda najis.

Pengertian Labelisasi Halal

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Produk halal adalah produk pangan, obat, kosmetika dan produk lain yang tidak

mengandung unsur atau barang haram dalam proses pembuatannya serta dilarang untuk dikonsumsi umat Islam baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan pembantu lainnya termasuk bahan produksi yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan radiasi yang pengolahannya dilakukan sesuai dengan syariat Islam serta memberikan manfaat yang lebih daripada madharat.

Pengertian Keputusan Konsumen

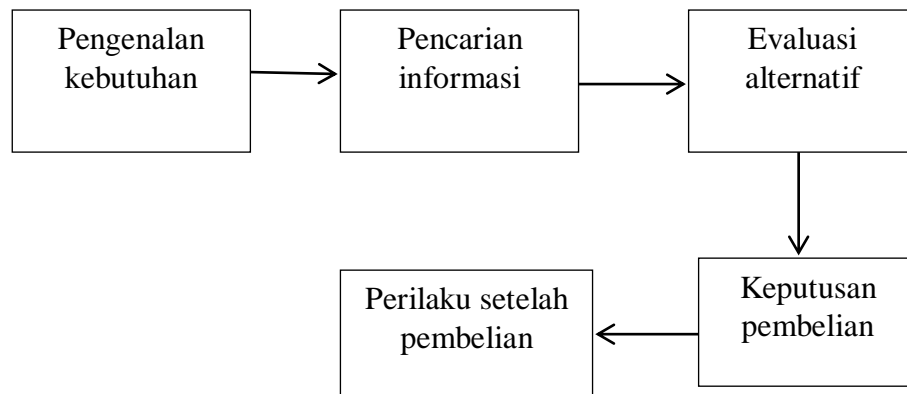
Pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan (*choice*) yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.

Semakin meningkatnya persaingan bisnis mendorong produsen untuk lebih berorientasi pada konsumen atau pelanggan. Untuk mendukung upaya tersebut diperlukan pengetahuan mengenai konsumen terutama

mengenai perilakunya. Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang (konsumen) berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen adalah hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Untuk barang berharga jual rendah (*low involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang.

Menurut Kotler dan Gerry Armstrong (2007: 144) keputusan pembelian dari konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor penting. Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

Menurut Pjilip Kotler untuk menuju kepada proses keputusan konsumen dalam pembelian terdapat 5 tahap, yaitu:

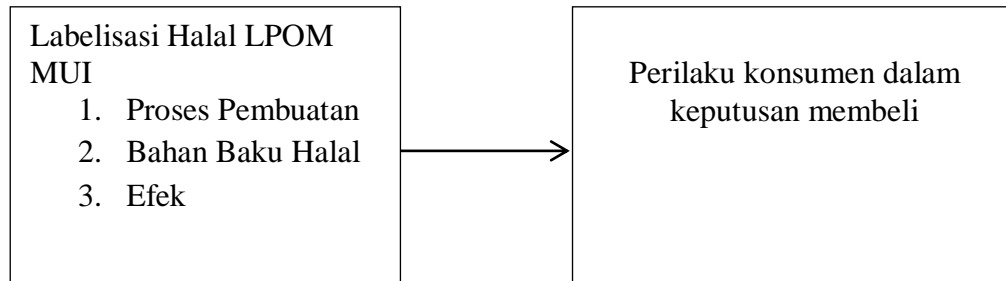


Gambar 1. Proses Keputusan Konsumen Dalam Pembelian

Kerangka Pemikiran

Sesuai dengan tujuan dan kajian teori yang sudah dibahas diatas selanjutnya akan diuraikan kerangka pemikiran mengenai analisis perilaku konsumen atas penerapan labelisasi halal dalam suatu produk (studi kasus UD. Sari Wangi

Tangerang). Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui perilaku konsumen atas penerapan labelisasi halal. Dari uraian tersebut secara sistematis kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam bagan, yaitu:



Gambar 2 Kerangka pemikiran

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif karena analisis datanya berupa kata-kata tertulis atau lisan dan mempertimbangkan pendapat orang lain yang bisa disebut dengan narasumber.

Metode penelitian kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Alat pengumpulan data atau instrument penelitian dalam metode penelitian kualitatif adalah si peneliti sendiri. Jadi peneliti merupakan instrument pokok, dalam mengumpulkan data peneliti harus terjun sendiri ke lapangan secara aktif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi lapangan, wawancara dan dokumentasi, sedangkan teknik angket tidak digunakan dalam pengumpulan data.

Informan

Informan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan:

1. Otoritas yang dimiliki oleh informan dalam melakukan aktivitas pembelian suatu produk
2. Dianggap memiliki informasi yang banyak mengenai labelisasi halal dan kaitannya dengan perilaku konsumen
3. Memiliki keterikatan, baik secara individu maupun organisasi (perusahaan/distributor) dalam memasarkan produk bakso UD. Sari Wangi.

Informan yang dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan di atas adalah:

Tabel 1. Informan Penelitian

No.	Informan	Jumlah
1	Konsumen	3
2	Agen Produk UD. Sari Wangi	1
3	Bagian Pemasaran UD. Sari Wangi	1
4	Bagian produksi UD. Sari Wangi	1
Jumlah		6

Sumber: diolah penulis, penelitian 2016

Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Sesuai dengan penelitian kualitatif dan jenis sumber data yang digunakan, maka teknik

pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, teknik wawancara, dan dokumentasi, sedangkan

instrument pengumpulan data dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri

Sumber Data

Menurut Lofaland dalam Moleong (2004: 157), sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan dan lain-lain. Pada penelitian kualitatif, kegiatan-kegiatan ini dilakukan secara sadar, terarah dan senantiasa bertujuan memperoleh suatu informasi yang diperlukan. Berbagai sumber data yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Informasi dari Konsumen, Informasi Distributor Produk UD. Sari Wangi, Bagian Pemasaran UD. Sari Wangi, dan Bagian Produksi UD. Sari Wangi

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari sumber tertulis seperti sumber dokumen-dokumen, majalah ilmiah, jurnal dan sebagainya yang terkait mengenai masalah yang akan diteliti.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis interaktif. Model ini ada 4 komponen analisis yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah UD. Sari Wangi Tangerang yang berlokasi di Cipondoh Kota Tangerang.

Jadwal Penelitian

Penelitian dilakukan selama 4 bulan yang dimulai dari bulan September Tahun 2016 sampai dengan bulan Desember Tahun 2016.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Labelisasi Halal LPOM MUI

Labelisasi Halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Kebijakan dan prosedur harus dipenuhi oleh

perusahaan yang mengajukan sertifikasi halal harus terlebih dahulu memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh LPPOM-MUI, dan perusahaan harus memiliki Sistem Jaminan Halal (SJH) jika belum memperoleh maka persyaratan SJH tetap harus ada setelah mendapat sertifikat halal.

Secara umum prosedur Sertifikasi Halal adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang mengajukan sertifikasi, baik pendaftaran baru, pengembangan (produk/fasilitas), dan perpanjangan, dapat melakukan pendaftaran secara *online* melalui website LPPOM MUI (www.halalmui.org) atau langsung melalui alamat website: www.e-lppmmui.org
2. Mengisi data pendaftaran : status sertifikasi (baru/pengembangan/perpanjangan), data Sertifikat Halal, Status SJH (jika ada) dan kelompok produk
3. Membayar biaya pendaftaran dan biaya akad Sertifikasi Halal
4. Mengisi dokumen yang dipersyaratkan dalam proses pendaftaran sesuai dengan dtatus pendaftaran (baru/pengembangan/perpanjangan) dan proses bisnis (industry pengolahan, RPH, restoran, dan industry jasa), diantaranya : Manual SJH, Diagram alir proses produksi, data pabrik, data produk, data bahan dan dokumen bahan yang digunakan, serta data matrix produk.
5. Setelah selesai mengisi dokumen yang dipersyaratkan, maka tahap selanjutnya sesuai dengan diagram alir proses sertifikasi halal seperti diatas yaitu pemeriksaan kecukupan dokumen penerbitan Sertifikat Halal.

Adapun proses dalam permohonan Sertifikat Halal:

1. Produsen mengajukan permohonan ke LPPOM dengan cara mengisi Borang (formulir) yang mencakup nama perusahaan, detail produk termasuk komposisi bahan yang digunakan, tempat produksi, dan juga proses pembuatannya.
2. Bagian sekretariat LPPOM akan melakukan pengecekan untuk kelengkapan dokumen yang diperlukan
3. Setelah Tim Auditor melakukan analisis dan evaluasi termasuk juga memperhatikan hasil lab (bila diperlukan), maka akan dilanjutkan pada tahap simpulan, yaitu melanjutkan laporannya ke Sidang Komisi Fatwa MUI (jika dinyatakan memenuhi syarat) atau ditolak/dikembalikan karena belum memenuhi standard yang disyaratkan.
4. Komisi Fatwa MUI melakukan sidang guna memutuskan layak atau tidaknya suatu produk mendapatkan sertifikasi halal

Sertifikat halal suatu produk memiliki masa penggunaan selama dua tahun. Tiga bulan sebelum masa sertifikat tersebut lewat, produsen wajib melakukan perpanjangan dengan proses yang serupa. Tidak ada daftar tariff tetap yang dikeluarkan oleh MUI dalam permohonan sertifikat halal tersebut, semua tergantung kesepakatan antara LPPOM MUI dan Produsen (Pemohon).

Labelisasi halal untuk produk bakso UD. Sari Wangi telah diperoleh pada tahun 2010, yang kemudian perpanjangan sertifikasi untuk saat ini adalah sampai tahun 2017. Oleh karena itu tiga bulan sebelum masa berlaku habis, maka UD. Sari Wangi harus melakukan perpanjangan lagi.

Labelisasi halal harus memenuhi syarat pada aspek berikut:

1. Proses Pembuatan

diketahui proses pembuatan bakso di UD. Sari Wangi adalah sebagai berikut:

- 1.1 Pemotongan daging, memotong daging yang sudah disembelih dari pemasok yang sudah terpercaya
- 1.2 Penggilingan daging, daging digiling dengan menggunakan grinder kurang lebih 5 sampai 10 menit kemudian dimasukkan kedalam mesin *chopper* bersamaan dengan es batu, garam, lada halus, MSG
- 1.3 Penghalusan daging, dalam tahap ini dilakukan pencampuran tepung tapioka
- 1.4 Pembuatan bola bakso, bakso dibulatkan dengan mesin pencetak lalu dimasukkan kedalam air hangat
- 1.5 Perebusan, bola-bola bakso direbus kemudian didinginkan lalu direbus kembali

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pemilik UD. Sari Wangi pada tanggal 02 Desember bahwa proses pembuatan bakso dari awal pengolahan daging hingga proses produksi sudah terjamin dan memenuhi syariat islam.

2. Bahan Baku Dasar Pembantu

Pada produk UD. Sari Wangi, bahan-bahan dasar dan pembantu dalam pembuatan bakso adalah bahan yang sudah terjamin kehalalannya baik itu dari jenis dagingnya maupun dalam proses penyembelihannya. Bahan bakso yang digunakan di UD. Sari Wangi adalah daging sapi tanpa campuran dengan daging lainnya, serta bahan pembantu lainnya seperti tepung tapioka, penyedap atau MSG, atau rempah-rempah lainnya sudah terjamin kehalalannya yaitu menggunakan bahan jadi pada tepung dan MSG, yang sudah dilabelisasi halal.

Menurut Karyawan bagian produksi UD. Sari Wangi, untuk membersihkan dan penggunaan air

dalam proses pembuatan bakso, menggunakan air bersih dan tidak tercampur atau tidak menggunakan air bekas. Dan peralatan seperti mesin penggiling dan pencetak serta tempat-tempat lainnya jauh dari kontaminasi bahan-bahan najis dan haram, sehingga kualitas produk tetap terjamin kehalalannya.

3. Efek/Dampak Setelah Melakukan Labelisasi Halal

UD. Sari Wangi yang merupakan salah satu produsen pembuat bakso di Tangerang yang mempunyai sertifikasi halal dan mencantumkan label halal dalam kemasannya. Adanya isu-isu yang berkaitan dengan produk bakso yang mengandung boraks dan campuran daging babi dalam proses pengolahannya mengakibatkan konsumen muslim enggan untuk mengkonsumsi bakso. Masalah tersebut berdampak pula pada industry bakso.

UD. Sari Wangi yang mengakibatkan penjualan bakso mengalami penurunan. Namun setelah industry bakso UD. Sari Wangi mendaftarkan produknya tahun 2010 untuk mendapatkan sertifikasi halal dari LPPOM MUI, kemudian mencantumkan label halal dalam kemasan produknya. Hal tersebut dimaksudkan agar dapat meyakinkan konsumen muslim dalam mengkonsumsi bakso khususnya bakso yang diproduksi oleh industry bakso UD. Sari Wangi adalah bakso yang halal dan aman untuk dikonsumsi, terkait dengan adanya isu pengoplosan daging sapi dan daging babi.

Menurut karyawan bagian marketing, penjualan produk bakso yang telah mendapat label halal ini meningkat dari tahun ke tahun, terutama pada bulan Ramadhan dan menjelang lebaran hamper 40% peningkatannya, rata-rata kenaikan 20-30% tiap tahun.

Bapak Heru Wibowo, selaku pimpinan di UD. Sari Wangi

menjelaskan bahwa dengan adanya labelisasi halal terjadi peningkatan penjualan setelah dan pencantuman label halal pada tahun 2011 sampai tahun 2015 rata-rata sebesar 25% yang mengakibatkan pendapatan UD. Sari Wangi bertambah dari Rp. 242.681.250,00 menjadi Rp. 323.575.000,00.

Perilaku Konsumen dalam Keputusan Membeli

Survey lapangan yang telah dilakukan kepada 3 orang pelanggan bakso UD. Sari Wangi hasilnya yaitu hampir setiap orang yang diwawancarai mengemukakan pendapatnya bahwa dengan adanya label halal pada kemasan yang ada di makanan bakso UD. Sari Wangi membuat para konsumen muslim merasa aman dan yakin untuk mengkonsumsi produk bakso UD. Sari Wangi karena bagi mereka hal tersebut merupakan bagian dari prinsip hidup konsumen muslim.

Salah satu konsumen bakso UD. Sari Wangi menyatakan bahwa ia memilih bakso UD. Sari Wangi sebagai bahan untuk penjualan baksunya karena sudah ada label halalnya, selain itu menurut beliau kebanyakan bukan hanya muslim saja yang memperhatikan kehalalan produk bakso tersebut, tetapi nonmuslim pun lebih memilih mengkonsumsi produk dengan kehalalan yang jelas. Karena menghindari dari makanan yang mengandung bahan pengawet seperti boraks dan sebagainya.

Konsumen lainnya menyatakan bahwa dalam pemilihan bakso, beliau lebih memperhatikan label halalnya terlebih dahulu karena dengan kemasan bakso yang berlabel halal beliau merasa lebih aman dari kandungan-kandungan yang tidak jelas. Disamping itu pula, untuk mendapatkan sertifikat halal bukan suatu hal yang mudah oleh karena itu beliau sangat mengapresiasi produk bakso yang berlabel halal.

Sertifikat halal bagi agen atau *reseller* juga mempunyai peran diantaranya sebagai alat pemasaran serta untuk menarik minat pembeli yang mayoritas muslim. Hal ini senada dengan hasil wawancara dengan pedagang yang menjajakan dagangan

produk bakso UD. Sari Wangi mengatakan bahwa produk-produk yang ia jual 95% memiliki label halal, terutama makanan dan minuman dari produsen-produsen yang bahan bakunya perlu mendapat sertifikasi halal. Sebab masyarakat pada saat ini untuk memilih suatu produk sangat selektif.

Dengan adanya labelisasi halal terjadi peningkatan penjualan pada tahun 2011 sampai 2015 rata-rata sebesar 25%. Dari sisi produsen sertifikat halal mempunyai peran antara lain; (1) sebagai pertanggungjawaban produsen kepada konsumen muslim, (2) meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen, (3) meningkatkan citra dan daya saing perusahaan, dan (4) sebagai alat pemasaran serta untuk memperluas area pemasaran.

PENUTUP

Kesimpulan

Dengan adanya label halal pada produk bakso UD. Sari Wangi konsumen Muslim dapat memastikan produk bakso mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Hampir setiap orang yang diwawancarai mengemukakan pendapatnya bahwa dengan adanya label halal pada kemasan yang ada di makanan bakso UD. Sari Wangi membuat para konsumen muslim merasa aman dan yakin untuk mengkonsumsi produk bakso UD. Sari Wangi karena bagi mereka hal tersebut merupakan bagian dari prinsip hidup konsumen muslim.

Dengan adanya labelisasi halal terjadi peningkatan penjualan setelah dan pencantuman label halal pada tahun 2011 sampai tahun 2015 rata-rata sebesar 25% yang mengakibatkan pendapatan UD. Sari Wangi bertambah dari Rp. 242.681.250,00 menjadi Rp. 323.575.000,00. Dari sisi produsen sertifikat halal mempunyai peran antara lain;

1. Sebagai pertanggungjawaban produsen kepada konsumen muslim
2. Meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen
3. Meningkatkan citra dan daya saing perusahaan
4. Sebagai alat pemasaran serta untuk memperluas area pemasaran

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, perilaku konsumen untuk memutuskan membeli pada suatu produk makanan tidak hanya label halal yang diperhatikan, banyaknya persaingan dalam usaha makanan sejenisnya juga sama-sama memiliki label halal maka konsumen membeli produk bakso yang sudah terkenal merknya seperti so good, fiesta dan sebagainya.

Oleh karena itu untuk mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian bakso yang diproduksi UD. Sari Wangi diperlukan upaya untuk meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran, promosi produk melalui media cetak maupun elektronik, sehingga masyarakat mengenal produk UD. Sariwangi, pengemasan produk yang lebih menarik dan sebagainya.