

SERTIFIKASI HALAL DALAM PERSEPSI KONSUMEN PADA PRODUK PANGAN DI KABUPATEN BANGKALAN

Galuh Widitya Qomaro
Universitas Trunojoyo Madura
Email: gwiditya@gmail.com

Abstrak

Badan Penyelenggara Jaminan Produk halal (BPJPH) Kementerian Agama menargetkan semua produk yang tempat pemasarannya di Indonesia harus memiliki sertifikat halal di tahun 2019. Tujuan penelitian ini adalah (1). Mengetahui tingkat pemahaman konsumen terhadap sertifikasi halal; (2) Mengetahui persepsi konsumen; dan (3) Menganalisa hubungan tingkat pendidikan, pendapatan. Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Analisis pengukuran terhadap perspektif konsumen terhadap sertifikasi halal dilakukan dengan metode statistic deskriptif. Analisis hubungan tingkat pendidikan dan tempat belanja konsumen dengan pemahaman tentang sertifikasi halal menggunakan analisa *Pearson Correlation* melalui program SPSS. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa mayoritas responden menganggap produk pangan bersertifikat halal memiliki *added value* daripada produk pangan non label halal. Berdasarkan nilai korelasi dengan menggunakan *Pearson Correlation*, terdapat korelasi antara tingkat pendidikan dan pengetahuan responden terhadap pengetahuan mereka tentang sertifikasi halal.

Keyword: Persepsi Konsumen, Sertifikasi Halal, Produk Pangan.

Abstract

The Ministry of Religion's Halal Product Guarantee Agency (BPJPH) targets all products that have marketing places in Indonesia to have halal certificates in 2019. The objectives of this study are (1). Knowing the level of consumer understanding of halal certification; (2) Knowing consumer perceptions; and (3) Analyzing the relationship between education level, monthly income. The research technique used in this study is a survey that takes samples from a population and uses questionnaires as a basic data collection tool. The measurement analysis of the consumer's perspective on halal certification is done by descriptive statistical methods. Analysis of the relationship between education level and consumer shopping place with an understanding of halal certification using *Pearson Correlation* analysis through the SPSS program. The results of data processing show that the majority of respondents consider halal-certified food products to have added value rather than non-label halal food products. Based on the correlation value using *Pearson Correlation*, there is a correlation between the level of education and the knowledge of respondents to their knowledge of halal certification.

Keyword: Consumer Perception, Halal Certification, Food Products.

Pendahuluan

Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan membuat produsen makanan masa kini memanfaatkan iptek dan aneka bahan makanan tambahan pangan. Makanan modern dituntut untuk lebih mudah disajikan sekaligus tetap segar dengan warna, aroma, rasa, dan tekstur yang menggugah selera. Kombinasi tersebut menimbulkan titik kritis produk pangan yang harus dicermati dari berbagai segi. Produk pangan asal hewan, misalnya, harus diproses penyembelihan sesuai syariat Islam. Begitu pula bahan tambahan lain yang halal, hingga proses dan fasilitas pembuatan yang halal. Undang-undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal berusaha menyelesaikan kekhawatiran masyarakat dengan memberikan aturan yang jelas mengenai penerbitan sertifikat halal. Sertifikat Halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI sedangkan label halal adalah tanda kehalalan suatu produk. Pelaku Usaha yang telah memperoleh sertifikat halal wajib mencantumkan label halal pada produknya sesuai bentuk label halal yang berlaku nasional.

Permohonan sertifikat halal diajukan oleh pelaku usaha secara tertulis kepada BPJPH. BPJPH menetapkan LPH untuk melakukan pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan produk. Pemeriksaan kehalalan produk dilakukan oleh Auditor Halal yang dilakukan di lokasi usaha pada saat proses produksi sehingga apabila terdapat bahan yang diragukan kehalalannya, dapat dilakukan pengujian di laboratorium. Pelaku Usaha wajib memberikan informasi kepada Auditor Halal. Penetapan kehalalan produk dilakukan oleh MUI. Sertifikat halal diterbitkan oleh BPJPH sejak mendapatkan keputusan kehalalan produk diterima dari MUI.¹

Manfaat sertifikasi halal bagi konsumen adalah demi memberikan ketenangan konsumsi karena produk yang dikonsumsi terjamin dan aman. Hal ini tentu menjadi tujuan seluruh konsumen. Apalagi konsumen Muslim yang diperintahkan oleh Allah untuk mengonsumsi produk halal dan thoyiban² sebagai bagian dari maqaasid syariah. Bagi produsen, sertifikasi halal berimplikasi pada penguasaan pasar dalam pasar global karena produk tersebut memiliki unique Selling Point sebagai salah satu cara untuk bersaing dengan kompetitor. Produk yang memiliki sertifikasi halal tentulah produk yang aman dan terjamin sehingga mendapatkan kepercayaan konsumen, apalagi Indonesia merupakan salah satu Negara dengan konsumen Muslim terbesar di dunia.

Konsumen, yang didefinisikan sebagai setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan adalah bagian tak terpisahkan dari rantai konsumsi.³ Mendapat informasi yang jujur, benar, dan jelas adalah salah satu hak konsumen yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha. Sertifikasi halal adalah bagian dari pemenuhan konsumen atas hak kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Disatu pihak, konsumen menuntut pemenuhan hak namun disisi lain banyak konsumen yang acuh tak acuh atas perkembangan informasi sehingga mengabaikan kewajibannya untuk membaca

¹ Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal

² Q.S. Al-Baqarah [2]: 168 Dan Q.S. Al-Mâidah [3]: 88

³ Undang-Undang No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.

Peraturan Presiden No. 131/2015 tentang Penetapan Daerah Tertinggal Tahun 2015-2019 menyebutkan bahwa Bangkalan merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang ditetapkan sebagai daerah tertinggal. Kenyataan bahwa Kabupaten Bangkalan memiliki akses yang strategis dengan Surabaya sebagai ibukota Jawa Timur ternyata kurang dapat berkontribusi positif terhadap perekonomian, sumberdaya manusia, sarana dan prasarana, kemampuan keuangan daerah, aksesibilitas, dan karakteristik daerah.

Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Analisis pengukuran terhadap perspektif konsumen terhadap sertifikasi halal dilakukan dengan metode statistik deskriptif. Analisis hubungan profil demografis yang meliputi jenis kelamin, usia, dan profesi konsumen dengan sertifikasi halal menggunakan analisa tabulasi silang menggunakan program SPSS.

Pada penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan secara bertahap menggunakan *area (cluster) sampling* dan dilanjutkan dengan *purposive sampling*. Area (cluster) sampling adalah teknik sampling daerah yang digunakan untuk menentukan sampel yang diteliti atau sumber data yang sangat luas, misalnya penduduk kabupaten.⁴ Sedangkan purposive sampling yaitu teknik sampling yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampel.⁵

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan, jumlah penduduk Kabupaten Bangkalan yang tersebar pada delapan belas (18) kecamatan sebanyak 900.556 jiwa dan diambil sampel yang memenuhi criteria yang telah ditetapkan sehingga sampel yang terpilih sesuai dengan kebutuhan penelitian hingga mendapatkan 72 orang sampel. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan secara terarah berdasarkan beberapa kriteria yang dianggap mewakili populasi, diantaranya menurut usia, pekerjaan, tingkat pendidikan, jumlah pendapatan, dan tempat belanja dengan harapan dapat diketahui hasilnya pada persepsi konsumen terhadap sertifikasi halal pada produk pangan.

Metode Pengumpulan Data

Data primer adalah data yang belum tersedia dan harus diperoleh dari sumber aslinya.⁶ Pada penelitian ini, data primer diperoleh melalui pengisian kuisioner oleh responden secara langsung serta melalui hasil wawancara dengan responden untuk menunjang keakuratan data kuisioner. Data sekunder adalah data yang telah tersedia dimana peneliti hanya perlu mencari tempat untuk mendapatkannya.⁷ Pada penelitian ini, data sekunder yang digunakan adalah

⁴ Ibid, 83.

⁵ Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 20.

⁶ Sinamora, B. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002).

⁷ Ibid.

data yang diperoleh peneliti dari buku/literatur, situs internet serta laporan beberapa instansi seperti data kependudukan dan keadaan lokasi.

Analisis Data

Pengujian validitas kuisioner dilakukan dengan menggunakan rumus teknik korelasi product moment, dimana masing-masing pertanyaan akan dikorelasikan dengan nilai total. Indeks korelasi yang diperoleh (r) dibandingkan dengan angka kritis pada tabel korelasi nilai " r ". Jika nilai korelasi yang diperoleh di atas angka kritisnya, maka pertanyaan tersebut signifikan atau valid. Pengujian validitas dan reliabilitas kuisioner dilakukan terhadap 72 orang responden dengan bantuan SPSS versi 22.

Suatu instrumen penelitian dikatakan mempunyai nilai yang reliabilitas tinggi, apabila tes (alat pengumpul data) yang dibuat mempunyai hasil yang konsisten dalam mengukur yang hendak diukur. Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa satu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya.

Sebuah instrumen jika sudah dinyatakan "valid" biasanya "reliabel", sehingga uji validitas sangat penting untuk dilakukan, sedangkan uji reliabilitas dilakukan sekedar untuk memastikan dan mengetahui seberapa besar reliabel sebuah instrumen tersebut.

Indikator Pengukuran Variabel

Variabel Persepsi Konsumen⁸

No	Variabel	Indikator (Pengukuran menggunakan skala Likert)
1	Persepsi Kualitas	Semua produk pada dasarnya memiliki kualitas yang sama.
		Adanya perbedaan yang mencolok pada kemasan produk berlabel halal dengan produk tanpa label halal lainnya.
		Kualitas produk berlabel halal tidak jauh berbeda dengan produk tanpa label halal lainnya.
2	Persepsi Nilai	Produk berlabel halal memiliki nilai tersendiri bagi saya dibandingkan produk tanpa label halal lainnya
		Produk berlabel halal memiliki manfaat dalam memenuhi kebutuhan saya.
		Manfaat yang diberikan pada produk berlabel halal sesuai dengan harga yang dibayarkan

Variabel Sertifikasi Halal⁹

No	Indikator (Pengukuran menggunakan skala Likert)
1	Terdapat logo halal dalam kemasan produk makanan adalah hal yang penting

⁸ Johanes. *Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen*. 2012.

⁹ Shaari dan Arifin, *Pengaruh Sertifikasi Halal*. 2010.

2	Logo halal menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk makanan
3	Saya akan memilih produk berdasarkan ada tidaknya logo halal
4	Saya akan berhati-hati ketika memilih produk dengan logo halal
5	Saya akan tetap membeli produk dari negara lain yang berlogo halal
6	Saya mengetahui logo halal otentik dari MUI
7	Saya dapat membedakan mana logo halal otentik dari MUI dan logo halal yang tidak otentik
8	Saya mengetahui bahwa beberapa produk mendapat sertifikasi halal dari negara lain
9	Saya merasa aman mengonsumsi produk berlogo halal
10	Saya tetap akan membeli produk halal tanpa mempertimbangkan perusahaan apa yang memproduksi
11	Saya tidak mempermasalahkan lembaga yang membuat logo halal
12	Saya lebih memilih produk makanan berlogo halal dari pada produk yang tidak memiliki logo halal
13	Produk berlogo halal tidak mengandung najis
14	Produk bersertifikat halal berkualitas
15	Saya tidak ragu untuk mengonsumsi makanan berlogo halal
16	Produk berlogo halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat
17	Produk berlogo halal telah lolos tes uji halal oleh MUI

Gambaran Umum Objek Penelitian Kabupaten Bangkalan

Pemerintah Kabupaten Bangkalan berkedudukan di Jalan Soekarno – Hatta No. 35 Kelurahan Mlajah Kecamatan Bangkalan Kabupaten Bangkalan. Luas Wilayah Kabupaten Bangkalan 1.260,14 km² terbagi dalam 18 Kecamatan 8 Kelurahan dan 273 Desa. Kabupaten Bangkalan terletak di antara koordinat 1120 40'06" - 1130 08'04" Bujur Timur serta 60 51'39" - 70 11'39" Lintang Selatan. Wilayah Kabupaten Bangkalan yang terletak di pesisir pantai di antaranya kecamatan Sepulu, Bangkalan, Socah, Kamal, Modung, Kwanyar, Arosbaya, Klampis, Tanjung Bumi dan Labang. Sedangkan wilayah Bangkalan yang berbukit-bukit mulai dari Burneh, Geger, Kokop, Tragah, Tanah Merah, Labang, Konang dan Galis. Bangkalan merupakan salah satu kabupaten yang terletak paling barat di kepulauan Madura.¹⁰

Pulau Madura merupakan bagian dari Propinsi Jawa Timur yang terpisah dari kabupaten-kabupaten lain yang masuk dalam Propinsi Jawa Timur. Salah satu pusat kegiatan untuk mendukung proses pembangunan dan pengembangan wilayah kota Bangkalan adalah dengan adanya Jembatan Suramadu, juga pengembangan pembangunan pascajembatan Suramadu bagian barat. Pengembangan tersebut meliputi pusat kegiatan pemerintahan, perdagangan dan jasa, pelayanan umum (transportasi, kesehatan, peribadatan, pendidikan, dan lainnya) dengan skala regional Kabupaten Bangkalan

¹⁰ Bappedda.jatimprov.go.id diakses pada 15 Juli 2018

Profil Responden

Profil responden dari penelitian ini dilihat dari usia, pendidikan, pekerjaan, besaran pendapatan bulanan, akses penerimaan informasi, dan tempat belanja kebutuhan harian. Dari hasil survei yang telah dilakukan dengan responden sebanyak 72 orang responden pada Tabel 2, rentang usia terbanyak adalah 25-30 tahun sebesar 25 % disusul rentang usia 40-60 tahun sebesar 22.3 %.

Berdasarkan tingkat pendidikan, responden terbagi atas enam kelompok. Responden paling banyak adalah responden yang rata-rata berpendidikan SMA 45.8 % kemudian sebanyak 26.4 % berpendidikan Sarjana serta berpendidikan sekolah dasar 19.4 % serta sekolah lanjut tingkat pertama 6 %. Sebaran tingkat pendidikan responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa responden dinilai cukup mampu mengakses informasi yang diperlukan untuk kelangsungan dan kesejahteraan keluarganya. Selain itu, responden juga dinilai cukup mampu memahami instruksi yang diberikan peneliti lewat kuisisioner selama pengambilan data, sehingga menunjang tercapainya tujuan penelitian.

Berdasarkan pekerjaan yang digeluti, profesi Mahasiswa, Pedagang dan lainnya memiliki porsi yang sama yaitu 25%. Profesi lain yang diisikan oleh responden meliputi: Pemuka Agama, Perangkat Desa, TNI/Polisi, dan Ibu Rumah Tangga. Karyawan Swasta dan Pegawai negeri Sipil juga mendapatkan jumlah yang sama yaitu 12.5%.

Berdasarkan tingkat pendapatan, sebagai perbandingan dengan sebaran responden berdasarkan pekerjaan, responden terbanyak memiliki pendapatan bulanan sebesar Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 sebanyak 30.2% disusul dengan responden dengan pendapatan bulanan sebanyak kurang dari Rp. 500.000 perbulan lalu disusul dengan pendapatan bulanan sebanyak Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 perbulan. 9.8% responden menjawab lainnya karena merasa pendapatan perbulannya tidak dapat ditentukan (tidak pasti).

Berdasarkan akses terhadap informasi dimana responden mendapatkan pengetahuan tentang sertifikasi halal, pertemuan agama/ ceramah agama menempati posisi tertinggi dengan 38.9% sebagai tempat terbanyak mendapatkan informasi. Disusul dengan internet sebanyak 26.5% responden dan mendapatkan informasi dari media televise sebanyak 20.8%. 6.9% responden menjawab lainnya karena mereka mendapatkan informasi dari teman maupun penjual produk saat responden berbelanja.

Berdasarkan tempat belanja untuk memenuhi kebutuhan harian, dapat diklasifikasikan bahwa pasar tradisional masih menjadi tempat favorit untuk berbelanja kebutuhan harian dengan perolehan 66.7% lalu disusul oleh swalayan. Supermarket sebagai tempat berbelanja 18% responden dan toko kelontong terdekat dengan rumah responden sebanyak 12.5%. Pedagang keliling dan online shop ternyata masih kurang diminati terbukti dari hasil jawaban kuisisioner sebanyak 1.4%.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Teknik yang digunakan untuk mengetahui tingkat validitas instrument adalah product moment yang dikemukakan oleh Pearson. Adapun pengujian dilakukan pada item-item instrumen. Apabila terdapat 10 item instrumen dan dinyatakan “valid” sebanyak 7 item, sisanya dinyatakan “tidak valid”, maka perlu dilakukan uji validitas lagi dengan instrument yang berbeda. Adapun kriteria

pengambilan keputusan yang digunakan pada Uji validitas dengan bantuan SPSS for windows adalah sebagai berikut:

- a) Jika sig. < 0.05, maka dinyatakan valid.
- b) Jika sig. > 0.05, maka dinyatakan tidak valid

Untuk mengetahui persepsi responden terhadap sertifikasi halal, disajikan 6 butir pernyataan terkait persepsi nilai dan kualitas, serta 17 butir pernyataan tentang sertifikasi halal. Seluruh instrument menggunakan skala likert dengan jumlah responden sebanyak 72 orang. Table hasil uji coba instrumen dapat dilihat pada lampiran.

Berdasarkan tabel uji coba instrument untuk pengukuran validitas dapat disimpulkan bahwa dari 6 item instrument pada persepsi nilai dan kualitas dinyatakan valid. Pada item nomor 11 (dari keseluruhan 17 item untuk instrument sertifikasi halal) dalam instrumen mengenai sertifikasi halal tidak valid karena memiliki sig >0.05 (0.179) sehingga item tersebut dihapuskan. Setelah menghapus satu item yang tidak valid, maka seluruh instrumen penelitian dinyatakan memenuhi syarat validitas dan siap dianalisa. Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan pada Uji Reliabilitas dengan bantuan SPSS for windows adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai Cronbach's Alpha > 0.6, maka dinyatakan reliabel.
- b) Jika nilai Cronbach's Alpha < 0.6, maka dinyatakan tidak reliabel.

Hasil Output dari uji reliabilitas memiliki nilai Cronbach's Alpha sebagai berikut.

Reliability Statistics		Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
.608	6	.788	16

Nilai Cronbach's Alpha pada variable persepsi sebesar 0,608 > 0,6 dan nilai Cronbach's Alpha pada variable sertifikasi halal sebesar 0,788 > 0,6 artinya seluruh instrument angket tersebut reliabel (dapat dipercaya).

Pembahasan

Karakteristik Persepsi Kualitas Responden

Persepsi responden terhadap kualitas tercermin dari pertanyaan nomor 1 hingga 3. Pernyataan pertama bahwa semua produk pada dasarnya memiliki kualitas yang sama, ditanggapi beragam oleh responden. 45% responden menjawab tidak setuju atas pernyataan tersebut dan 23.7% menjawab kurang setuju bila disebut seluruh produk dianggap memiliki kualitas yang sama. Hanya 2.8% responden menyetujui pernyataan bahwa seluruh produk pada dasarnya berkualitas setara.

Pernyataan kedua menyebutkan tentang adanya perbedaan yang mencolok pada kemasan produk berlabel halal dengan produk tanpa label halal lainnya. Anggapan yang dibangun karena produk dengan label halal tentunya harus memenuhi unsur kualitas kemasan yang sudah ditentukan oleh BPOM ataupun MUI. 37.2% responden setuju tentang adanya perbedaan yang mencolok dari kemasan produk dengan label halal dan 26% responden menjawab kurang setuju atas pernyataan tersebut. 5.5% responden menganggap tidak ada perbedaan kemasan antara produk berlabel halal maupun produk tanpa label halal.

Responden menilai kualitas produk berlabel halal merespon pernyataan ketiga dengan beragam. 35% responden tidak setuju dengan pernyataan bahwa kualitas produk berlabel halal tidak jauh beda dengan produk tanpa label halal. 28.8% responden kurang setuju dengan pernyataan tersebut. namun 21.3% responden menyetujui pernyataan bahwa produk dengan label halal maupun tanpa label halal sebenarnya memiliki kualitas yang tidak jauh berbeda.

Persepsi Nilai Responden

Persepsi responden terhadap nilai produk ditampilkan pada tiga pernyataan nomor 4, 5, dan 6. Pernyataan bahwa produk berlabel halal memiliki nilai tersendiri bagi responden dibandingkan produk tanpa label halal lainnya disetujui oleh 57.1% responden dan 30.4% responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 1.1% responden menganggap bahwa produk dengan label halal memiliki nilai yang sama dengan produk tanpa label halal.

Sebanyak 54.1% responden menyatakan setuju bila produk berlabel halal bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan responden disusul dengan 30.5% responden yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Hanya 2.4% responden yang menyatakan tidak setuju bila disebut bahwa produk berlabel halal dapat memenuhi kebutuhannya.

Mengenai persepsi nilai terkait kesesuaian harga ditunjukkan dengan pernyataan bahwa manfaat yang diberikan oleh produk berlabel halal sesuai dengan harga yang dibayarkan disetujui oleh 57% responden. Sebanyak 25.2% responden menyatakan kurang setuju karena menganggap produk berlabel halal memiliki harga yang lebih tinggi daripada produk lain sejenis.

Pengetahuan Halal Responden

Tingkat pengetahuan responden tentang halal dapat diketahui dari jawaban-jawaban yang diberikan responden atas beberapa pertanyaan yang diajukan pada kuisioner tertutup pada nomor 6, 7, 8, 13, 16, dan 17. Pertanyaan tersebut meliputi apakah responden mengetahui tentang logo halal yang asli, proses mendapatkan sertifikat halal, dan bahan makanan pada produk berlabel halal dan prosedur pendaftaran sertifikasi halal.

Pernyataan bahwa responden mengetahui tentang logo halal otentik dari MUI/BPJPH dijawab setuju oleh 38.8% responden. Sebanyak 23.5% responden kurang tahu akan logo halal yang otentik yang dikeluarkan oleh MUI/BPJPH. Responden yang tidak tahu dan responden yang sangat mengetahui mengenai keotentikan logo ini memiliki prosentase yang sama yaitu 9% responden.

Kemampuan responden untuk membedakan antara logo halal yang asli dari MUI/BPJPH dengan logo halal yang palsu disebutkan dalam pernyataan ke tujuh. Sebanyak 36.4% responden mampu membedakan antara logo halal yang asli dengan yang palsu, sedangkan 35.7% responden kurang mampu membedakan diantara keduanya. Hanya 1.7% responden yang benar-benar tidak mampu membedakan antara logo halal yang asli maupun palsu.

Pengetahuan responden mengenai penerbitan label halal dari Negara lain dimunculkan pada pernyataan butir ke delapan. Pernyataan ini menghasilkan jawaban yang tidak jauh beda tingkat prosentasenya antara 23% responden yang tidak mengetahui bahwa Negara lain dapat menerbitkan sertifikat halal untuk produk yang dijual di Indonesia. Sebanyak 35% persen responden mengetahui

hal tersebut dan 35.5% lainnya kurang mengetahui bahwa Negara lain dapat menerbitkan sertifikat halal untuk sebuah produk yang dijual di Indonesia.

Mengenai bahan pangan yang tidak mengandung najis pada produk berlabel halal sudah diketahui oleh 56.6% responden. Sebanyak 26.4% bahkan sangat mengetahui bahwa bahan najis tidak mungkin ada pada produk pangan berlabel halal. Tidak ada responden yang tidak tahu atau bahkan sangat tidak tahu tentang hal ini. Hanya saja sebanyak 17% responden masih kurang mengetahui bahwa produk pangan berlogo halal tidak mengandung najis.

Proses pengujian halal yang ketat terhadap produk pangan berlabel halal diketahui oleh 63.9% responden dan 29.1% responden bahkan sangat setuju akan pernyataan tersebut. Hanya 2.5% responden yang kurang setuju akan pernyataan bahwa produk berlogo halal telah melalui proses uji halal yang ketat.

Senada dengan pernyataan sebelumnya, item nomer tujuh belas menyebutkan bahwa produk berlogo halal telah lolos tes uji halal oleh MUI. Sebanyak 58.6% responden menyetujui pernyataan tersebut. Sebanyak 34.5% sangat setuju dan 1.4 % responden kurang setuju bahwa produk berlogo halal telah lolos uji halal oleh MUI.

Sebaran Demografis Persepsi Responden tentang Sertifikasi Halal

Dasar pengambilan keputusan dalam analisis korelasi yakni dengan melihat nilai signifikansi¹¹ dan tanda bintang¹² yang diberikan pada output program SPSS. Berdasarkan korelasi Pearson dapat diketahui bahwa nilai signifikansi antara tingkat pendidikan dengan pengetahuan responden tentang sertifikasi halal adalah $.035 < .05$ maka disimpulkan bahwa terdapat korelasi antara tingkat pendidikan dan pengetahuan responden terhadap pengetahuan mereka tentang sertifikasi halal. Berikut ini adalah tabulasi hubungan antara tingkat pendidikan dengan tingkat pengetahuan responden tentang sertifikasi halal

Correlations

		Sertifikasi Point 6,7,12,16	Pendidikan
Sertifikasi Point 6,7,12,16	Pearson Correlation	1	.077
	Sig. (2-tailed)		.035
	N	4	3
Pendidikan	Pearson Correlation	.077	1
	Sig. (2-tailed)	.035	
	N	3	3

Responden dikelompokkan juga berdasarkan pendapatan bulanan yang dihasilkan. Berdasarkan korelasi dengan menggunakan Pearson, didapat bahwa besarnya pendapatan tidak hubungan dengan tingkat pengetahuan mengenai sertifikasi halal. Berikut adalah table hubungan antara tingkat pendapatan dengan tingkat pengetahuan mengenai sertifikasi halal

¹¹ Jika nilai signifikansi < 0.05 maka terdapat korelasi, sebaliknya jika nilai signifikansi > 0.05 maka tidak terdapat korelasi

¹² Jika terdapat tanda bintang pada person correlation maka antara variable yang dianalisa terjadi korelasi, sebaliknya jika tidak terdapat tanda bintang maka tidak terjadi korelasi antara variable.

Correlations

		Sertifikasi Point 6,7,12,16	Pend
Sertifikasi Point 6,7,12,16	Pearson Correlation	1	.769
	Sig. (2-tailed)		.180
	N	4	4
Pendapatan	Pearson Correlation	.769	1
	Sig. (2-tailed)	.180	
	N	4	6

Berdasarkan tabel berikut, dapat diketahui bahwa tidak terdapat hubungan antara pengetahuan responden tentang halal dengan tempat responden memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Correlations

		Sertifikasi Point 6,7,12,16	Belanja
Sertifikasi Point 6,7,12,16	Pearson Correlation	1	-.547
	Sig. (2-tailed)		.453
	N	4	4
Belanja	Pearson Correlation	-.547	1
	Sig. (2-tailed)	.453	
	N	4	5

Kesimpulan

Seluruh instrumen penelitian dinyatakan memenuhi syarat validitas dan siap dianalisa karena sig. < 0.05. Nilai Cronbach's Alpha pada variable persepsi sebesar 0,608 > 0,6 dan nilai Cronbach's Alpha pada variable sertifikasi halal sebesar 0,788 > 0,6 artinya seluruh instrument angket tersebut reliabel (dapat dipercaya).

Berdasarkan nilai terbanyak, sebanyak 45% responden menganggap bahwa produk pangan dengan label halal memiliki kualitas yang berbeda dengan produk pangan tanpa label halal. Sebanyak 37.2% dapat mengetahui perbedaan produk pangan berlabel halal karena kemasannya yang mencolok (memiliki label halal). Sebanyak 57.1% responden menyebutkan bahwa produk pangan berlabel halal memiliki nilai tersendiri bagi responden dibandingkan produk tanpa label halal. Sebanyak 54.1% responden menyatakan setuju bila produk berlabel halal bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan responden. Mengenai persepsi nilai terkait kesesuaian harga ditunjukkan dengan pernyataan bahwa manfaat yang diberikan oleh produk berlabel halal sesuai dengan harga yang dibayarkan disetujui oleh 57% responden.

Mengenai tingkat pengetahuan halal, 38.8% responden mengetahui tentang logo halal otentik dari MUI/BPJPH. Sebanyak 36.4% responden mampu membedakan antara logo halal yang asli dengan yang palsu. 35.5% responden kurang mengetahui bahwa Negara lain dapat menerbitkan sertifikat halal untuk sebuah produk yang dijual di Indonesia. 56.6% responden mengetahui bahwa bahan makanan dalam produk pangan berlabel halal tidak mengandung najis.

Proses pengujian halal yang ketat terhadap produk pangan berlabel halal diketahui oleh 63.9% responden.

Berdasarkan nilai korelasi dengan menggunakan *Pearson Correlation*, terdapat korelasi antara tingkat pendidikan dan pengetahuan responden terhadap pengetahuan mereka tentang sertifikasi halal namun tidak terdapat hubungan antara tingkat pendapatan bulanan dan tempat responden berbelanja bulanan dengan kepemilikan pengetahuan responden tersebut tentang sertifikasi halal.

Daftar Pustaka

- Johanes, Purba Setiawan. *Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Private Label Hypermarket Carrefour* (Semarang. Tesis, 2012).
- Mahmudah, Risma Nurul, *Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita di media Sosial pada Toko Vieney Online Shop (Studi Kasus di Akbid Al-Suaibah)* (Palembang, Skripsi, 2015).
- Pebriani, Yuditia Dwi. *Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Pribadi (Studi Pada Indomaret Di Ratu Dibalau)*, (Skripsi, 2016)
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Indonesia: Macanan Jaya Cemerlang, 2008)
- Ramlan, *Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami Dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim*, Jurnal Ahkam: Vol. XIV, No. 1, Januari, 2014, 145
- Sinamora, B. *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002)
- Singarimbun, M dan S. Efendi. *Metode Penelitian Survei*. (Jakarta: LP3ES, 1995).
- Sugiarto, Siagian D, Sunaryanto, L S dan Oetomo, D S. *Teknik Sampling*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003)
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. (Graha Ilmu, 2012)
- Syahputra, Adi. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan Dalam Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan*, Jurnal Ekonomi dan Keuangan, 2013, Vol.2 No.8, 475
- Undang-Undang No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang laminan Produk Halal
- Waskito, Danang. *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Di Yogyakarta)*, (Skripsi, 2015)
- Yuli Mutiah Rambe, *Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan)*, Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1, No. 1, Desember 2012.