

PENGRUH LABEL HALAL TERHADAP PENJUALAN ROTI RACHMAT DI KECAMATAN BUNGURSARI PURWAKARTA

Ahmad Ali Sopian

Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung

email : lie4khan@gmail.com

Abstract

Prohibition of consuming food which is prohibited encourages every Muslim to be more selective in choosing products to be consumed. Halal labels can be a benchmark for choosing products before making a purchase in accordance with Islamic syari'ah which is protected by consumer protection laws. Halal labels for Muslim consumers are a guarantee of being protected from consuming non-halal food, medicine and cosmetics. For producers, halal labels can provide benefits, namely increasing competitiveness, consumer confidence, turnover of production and sales. This research was conducted using descriptive quantitative method, using data collection through observation, interviews, questionnaires and documentation. Determination of the number of samples used in this study was determined by the Probability Sampling technique using Simple Random Sampling. This aims to determine the effect of Halal Label on the sale of Roti Rachmat in Bungursari District Purwakarta and to find out how much influence the Halal Label has on the company's sales turnover. The results of this study indicate that the halal label has a significant effect on the sale of Rachmat Bread. This can be seen from the results of the regression test, namely the value of the coefficient of determination (R Square) of 0.542 from the correlation value / relationship (R) 0.743. So that the independent variable (halal label) gives effect to the dependent variable (Sales) of 54.2%, the remaining 43.2% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: *Halal Labels, Sales, Rachmat Bread*

Abstrak

Larangan mengonsumsi makanan yang diharamkan mendorong setiap muslim untuk lebih selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. Label halal dapat menjadi sebuah tolak ukur untuk memilih produk sebelum melakukan pembelian sesuai dengan syari'at islam yang dilindungi oleh undang-undang perlindungan konsumen. Label Halal bagi konsumen muslim merupakan sebuah jaminan terlindungnya dari mengonsumsi makanan, minuman obat-obatan dan kosmetika yang tidak halal. Bagi produsen, label halal dapat memberi keuntungan yaitu meningkatkan daya saing, kepercayaan konsumen, omzet produksi dan penjualan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Deskriptif kuantitatif, menggunakan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Penentuan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini ditentukan dengan teknik *Probability Sampling* menggunakan *Simple Random Sampling*. Hal ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Label Halal terhadap penjualan Roti Rachmat di Kecamatan Bungursari Purwakarta serta mengetahui seberapa besar pengaruh Label Halal tersebut terhadap omzet penjualan perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap penjualan Roti Rachmat. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji regresi yaitu nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.542 dari nilai korelasi / hubungan (R) 0.743. Sehingga variabel bebas (label halal) memberikan pengaruh terhadap variabel terikat (Penjualan) sebesar 54.2%, sisanya sebesar 43,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata kunci : *Label Halal, Penjualan, Roti Rachmat*

I. PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial memiliki banyak kebutuhan.¹ Kebutuhan itu sendiri menyesuaikan perkembangan jaman dan masanya, termasuk saat ini kebutuhan informasi yang jelas atas suatu barang terkait kandungan bahan, masa kadaluarsa dan label halal. Larangan bagi kaum muslim untuk tidak mengkonsumsi yang diharamkan telah jelas disebutkan dalam al-Quran, salah satunya dalam surat al-Baqarah Ayat 173:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ
وَمَا أَهْلًا بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ ۖ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ
وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

*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 (Q.S. al-Baqarah: 173).*²

Berdasarkan ayat diatas jelas bahwasanya Allah SWT mengharamkan bangkai, darah, daging babi dan binatang yang disembelih atas nama selain Allah dan hanya memerintahkan agar umat manusia mengonsumsi makanan yang halal saja menurut al-Quran. Hal ini mendorong konsumen muslim untuk memilih produk yang telah dinyatakan halal, dari pada produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang.³

Roti di masyarakat Indonesia menjadi makanan siap saji yang banyak dipilih masyarakat. Menurut Budi Sutomo roti sering dipilih sebagai alternative sumber kalori pengganti nasi dan cemilan pengganti perut. Selain praktis, roti relative tahan lama, kaya karbohidrat dan harganya cukup terjangkau semua kalangan masyarakat.⁴

Pencantuman label halal pada dasarnya tidak wajib, namun berdasarkan undang-undang nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, bahwa setiap produk yang masuk kedalam wilayah Indonesia yang mayoritas muslim wajib mencantumkan label halal dan bertanggung jawab atas kehalalan produk tersebut.⁵ Utamanya produk pangan dan salah satunya produk jenis roti.

Keseriusan pemerintah dalam menanggapi permasalahan kehalalan makanan terlihat dengan dikeluarkannya fatwa Ulama Indonesia sebagai produk Fiqh hasil dari Ijtihad. Ijtihad menurut Mashudi merupakan upaya mencurahkan segala kemampuan berfikir untuk mengeluarkan hukum syar'i dari dalil-dalil Syara' yaitu al-Qur'an dan al-Sunnah.⁶ Fatwa merupakan produk fiqh hasil dari ijtihad Menurut Abdul Hanan⁷ Kemampuan berfikir manusia yang memenuhi syarat untuk berijtihad menjadi sumber hukum islam ketiga ini disebut *arra'yu* atau Ijtihad. Secara metodologis, ia merupakan sumber hukum ketiga setelah al-Qur'an dan al-Hadist.

Fungsi sertifikat halal atau label halal yang dicantumkan pada kemasan produk bagi konsumen merupakan sebuah jaminan terlindungnya dari mengonsumsi makanan, minuman obat-obatan dan kosmetika yang tidak halal. Bagi produsen sendiri label halal berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen, meningkatkan citra dan daya saing perusahaan dan pertanggungjawaban terhadap konsumen muslim, mengingat masalah halal bagi konsumen muslim merupakan bagian dari prinsip hidup muslim. Selain itu, label halal juga berfungsi sebagai alat pemasaran serta memperluas jaringan pemasaran.⁸

⁵ Mashudi, *Konstruksi Hukum dan Respons Masyarakat Terhadap Sertifikasi Produk Halal*, (Yogyakarta: pustaka Pelajar, 2015), 12

⁶ Mashudi, *Konstruksi Hukum dan Respons Masyarakat Terhadap Sertifikasi Produk Halal*, (Yogyakarta: pustaka Pelajar, 2015), 4

⁷ kata "ijtihad" dalam berasal dari bahasa Arab dari kata *al-jahd dan aljuhd*. Secara etimologi berarti *al-thaqah*, yaitu tenaga, kuasa, dan daya. Secara arli harfiah, ijtihad berarti mencurahkan tenaga, memeras pikiran, berusaha dengan sungguh-sungguh, hekerja dengan semaksimal mungkin untuk mendapat sesuatu yang diharapkan" Abdul Hanan, *Hukum Ekonmi syari'ah*, (Jakarta: grafisindo, 2017), 107

⁸ Mashudi, *Konstruksi Hukum Dan Respons Masyarakat Terhadap Sertifikasi Produk Hala*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 10

¹ M. Taufik Amir, *Dinamika Pemasaran Jelajahi Dan Rasakan*, (Jakarta: PT, Raja Grafindi Persada 2005), 7

² Soenarjo Dkk, *al-Quran terjemaaah*, (Bndung: Pustaka Setian, 1999), 63

³ Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Jakarta: PT Ghalia Indonesia, 2011), 78

⁴ Budi Sutomo, *Sukses Wirausaha Roti Favorit* (Jakarta: Puspaswara, 2007), 2

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

1. Mengetahui adakah pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI) terhadap penjualan Roti Rachmat.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh label halal terhadap penjualan Roti Rachmat di Kecamatan Bungursari Purwakarta.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran terhadap label halal pada produk makanan memberikan pengaruh terhadap penjualan produk. Menambah khazanah keilmuan dalam hal ini manfaat mencantumkan label halal untuk produk usaha yang di mendapatkan. Disampin itu. bagi pihak Roti Rachmat penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai bahan masukan untuk dapat menjalankan dan mengembangkan agar usahanya lebih maju lagi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Habib Syarief Muhammad Alaydrus kata halal diartikan sebagai sesuatu yang diperbolehkan menurut ajaran islam. Secara etimologi halal berarti suatu hal yang boleh dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan hukum yang melarangnya. Adapun halal pada hal-hal yang berhubungan dengan makanan adalah makanan yang boleh di konsumsi dan diproduksi, bahkan boleh juga di perjual belikan.⁹

Penetapan halal dan haram menurut Yusuf al Qaradhawi merupakan semata-mata hak mutlak Allah SWT tanpa seorangpun dapat tawar menawar ataupun menukarnya, dari halal menjadi haram. Begitupun sebaliknya menukar dari haram menjadi halal.¹⁰

firman Allah dalam surat al-Baqarah ayat 168 lebih gamblang lagi mengenai perintah untuk mengkonsumsi makanan halal. Dapat dilihat dalam surat al-Baqarah ayat 168 berikut:

⁹Halal merupakan kata yang berasal dari bahasa Arab yang berakar dari kata *Halla*, artinya lepas atau tidak terikat. Habib Syarief Muhammad Alaydrus, *Agar Hidup Selalu Berkah* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2010), 103

¹⁰ Yusuf al-Qaradhawi, *Halal Haram Dalam Islam* (Jakarta: PT Serambi Semesta Distribusi, 2017), 41

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا
طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ
لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

*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.*¹¹

Menurut Mashudi, Ayat ayat diatas tidak hanya menyatakan bahwa mengkonsumsi makanan halal adalah sebuah kewajiban agama semata, tetapi menunjukan bahwa hal tersebut merupakan salah satu perwujudan dari rasa syukur dan keimanan kepada Allah SWT. Mengingkari perintahnya yakni mengkonsumsi makanan yang tidak halal dikategorikan sebagai perbuatan yang mengikuti ajaran syetan.

Rasulullah bersabda dari Abu Hurairoh rodhiallohu ‘anhu, ia berkata bahwasanya Rasulullah *sholallahu ‘alaihi wa sallam* pernah bersabda:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى طَيِّبٌ لَا يَقْبَلُ إِلَّا طَيِّبًا، وَإِنَّ اللَّهَ أَمَرَ الْمُؤْمِنِينَ بِمَا أَمَرَ بِهِ الْمُرْسَلِينَ فَقَالَ تَعَالَى : يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا - وَقَالَ تَعَالَى: يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ - ثُمَّ ذَكَرَ الرَّجُلُ يُطِيلُ السَّفَرَ أَشْعَثَ أَغْبَرَ يَمُدُّ يَدَيْهِ إِلَى السَّمَاءِ يَا رَبَّ يَا رَبَّ وَمَطْعَمُهُ حَرَامٌ وَمَشْرَبُهُ حَرَامٌ وَمَلْبَسُهُ حَرَامٌ وَعُدِّي بِالْحَرَامِ فَأَنَّى يُسْتَجَابَ لَهُ. (رواه مسلم)

¹¹ Dalam surat al-Baqarah: 168, ayat tersebut menunjukan perintah mengkonsumsi makanan halal (dikatakan halal karena ikatan larangan yang telah terurai), sebagai salah satu pilar untuk mencapai keselamatan, sedangkan pilar lainnya adalah kewajiban mengikuti nabi saw. Sedangkan menurut Ibn Katsir bahwa mereka (manusia) boleh memakan segala yang ada dimuka bumi karena pemberian Allah yang halal dan baik (bagi kesehatan) tidak membahayakan jiwa dan raga serta terhindar dari perilaku syetan. Mashudi, *Konstruksi Hukum Dan Respons Masyarakat Terhadap Sertifikasi Produk Hala*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 2

“Dari Abu Hurairah r.a di berkata: Rasulullah saw bersabda: bahwa sesungguhnya Allah ta’ala itu baik, tidak menerima kecuali yang baik. Dan sesungguhnya Allah memerintahkan orang beriman sebagaimana dia memerintahkan para rasul-Nya dengan firman-Nya: wahai para Rasul makanlah yang baik-baik (halal) dan beramal shalihlah. Dan Dia berfirman ; wahai orang-orang yang beriman makanlah yang baik-baik dari apa yang kami rizkikan kepada kalian. Kemudian beliau menyebutkan ada seseorang yang melakukan perjalanan jauh dalam keadaan kumal dan berdebu. Dia memanjatkan kedua tangannya ke langit dan berkata : Ya Robbku, Ya Robbku, padahal makanannya haram, minumannya haram, pakaiannya haram dan kebutuhannya dipenuhi dari sesuatu yang haram, maka (jika begitu keadaanya) bagaimana do’anya akan dikabulkan ”. (H.R Muslim)¹²

Berdasarkan hadist yang ditulis diatas, memberi pemahaman kepada kita bahwa mengkonsumsi yang tidak halal (haram) menyebabkan segala amal ibadah yang dilakukan tidak akan diterima oleh Allah SWT. Berlandaskan pada hal tersebut maka sangat jelas bahwa masalah halal dan haram bagi umat muslim sangat urgen dan memiliki makna yang cukup besar.

Implementasi penggunaan label halal oleh produsen pada setiap produknya diatur secara teknis oleh Undang-undang, antara lain keputusan bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama RI No. 427/Men.Kes/SKB/VII/1985 (No. 68 tahun 1985) tentang Pencantuman Tulisan Halal Pada Label Makanan. Produsen pencantum halal pada produknya tersebut bertanggung jawab sepenuhnya terhadap kehalalan produk yang

dibuatnya dan dapat dituntut secara hukum apabila melakukan pembohongan publik.¹³

Penelitian-penelitian terkait pengaruh label halal pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu, seperti:

1. Lilik Andriani (2017)

Lilik Andriani melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Bandar Lampung”. Lilik Andriani menyimpulkan hasil penelitiannya bahwa Label halal yang terdiri dari proses pembuatan, bahan baku, dan efek yang ditimbulkan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah di Bandar Lampung sebesar 85,4% dan sisanya 14,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

2. Erna Restu Hidayah (2016)

Penelitian yang dilakukan oleh Erna Restu Hidayah pada tahun 2016 dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Depot Air Mineral Shofiro Bantarsoka, Purwokerto, Banyumas”. Erna Restu Hidayah menyimpulkan hasil penelitiannya bahwa Labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 54,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

3. Husbul Tafjirah (2017)

Penelitian yang dilakukan Husbul Tafjirah pada tahun 2017 dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan pembeli produk Kfc (Studi Pada Kfc Hertasing di Kota Makassar”. Husbul Tafjirah dengan menggunakan analisis Regresi linear berganda menyimpulkan bahwa labelisasi halal memberikan pengaruh terhadap keputusan pembeli produk KFC sebesar 51.3% dan 48.7% responden dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Berdasarkan hasil-hasil dari penelitian diatas, penulis belum menemukan pencantuman label halal memberikan pengaruh terhadap penjualan produk. Hasil dari ketiga peneliti diatas menyimpulkan bahwa label halal berpengaruh terhadap keputusan konsumen

¹² Rasulullah bersabda: *“Barangsiapa menyantap sesuatu yang halal selama empat puluh hari, maka Allah akan menerangi hatinya dan dia lakukan sumber-sumber hikmah dari hati atas lidahnya”* (HR. Abu Ayyub), *“Wahai manusia sesungguhnya Allah adalah Thayyib (Baik), tidak akan menerima kecuali yang Thayyib (Baik dan Halal)”* (HR.Muslim). Mashudi, *Konstruksi Hukum Dan Respons Masyarakat Terhadap Sertifikasi Produk Hala*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 3

¹³ Mashudi, *Konstruksi Hukum Dan Respons Masyarakat Terhadap Sertifikasi Produk Hala*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 119

untuk melakukan pembelian produk. Dengan demikian, label halal baru diketahui memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian dan belum diketahui apakah label halal memberikan pengaruh terhadap penjual produknya.

Berdasarkan kesimpulan tersebut peneliti tertarik untuk menelaah lebih jauh lagi terkait pengaruh label halal terhadap penjualan produk. Dengan demikian, perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada judul penelitian. Peneliti sebelumnya meneliti pada pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk, sedangkan saat ini peneliti akan menelaah pada pengaruh label halal terhadap penjualan produk.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kuantitatif. Deskriptif kuantitatif menurut Syamsudin & Damiyant,¹⁴ merupakan penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk menstandarkan karakteristik individu atau kelompok. Bagian ini menjelaskan secara rinci tentang penelitian yang dilakukan.

Menurut Suharsimi Arikunto¹⁵ Populasi merupakan seperangkat unit analisis yang lengkap yang dapat diteliti, merupakan keseluruhan dari objek atau individu yang memiliki karakteristik atau sifat-sifat tertentu yang akan diteliti. Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen roti bakar Roti Rachmat di wilayah Kabupaten Purwakarta khususnya pada wilayah-wilayah yang menjadi tempat penjualan roti Rachmat yang sudah melakukan pembelian dan mengkonsumsi produk Roti Rachmat.

Menurut Suharsimi Arikunto Sampel merupakan penelitian yang dilakukan terhadap sebagian saja atau wakil dari populasi, akan tetapi hasil penelitiannya berlaku bagi semua subjek yang tergabung sebagai populasi.¹⁶ Oleh karena itu, sampel merupakan bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu, peneliti tidak dapat mempelajari seluruh subjek dari populasi, maka peneliti menggunakan sampel ini untuk dipelajari. Sampel yang digunakan merupakan subjek yang *representatif* (mewakili), sehingga kesimpulan yang didapat dari akan diberlakukan untuk seluruh populasi.¹⁷

Teknik sampling dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Probabiliti sampling dengan metode Simple Random Sampling. Simple Random Sampling atau pengumpulan data secara acak sederhana merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Pengambilan sampel acak sederhana dapat dilakukan dengan cara undian, memilih secara acak, dan sebagainya.¹⁸

Rumus untuk menghitung ukuran sampel pada penelitian ini dari populasi yang tidak diketahui jumlahnya adalah menggunakan rumus yang dikembangkan dari Isaac yang diambil dari buku Statistika Untuk Penelitian karya Sugiyono. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Dimana :

S : Jumlah sampel

λ^2 : Chi Kuadrat yang harganya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan. Unyuk Derajat kebebasan dan kesalahan 5% harga Chi Kuadrat = 3.841.

N : Jumlah populasi

P : Peluang benar (0.5)

Q : Peluang salah (0.5)

d : Perbedaan antara rata-rata sampel dengan rata-rata populasi. Yaitu 0.05

Maka :

$$\begin{aligned} S &= \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q} \\ &= \frac{3,841 \cdot 126 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2 (126-1) + 3,841 \cdot 0,5 \cdot 0,5} \\ &= \frac{120,9915}{1,27275} \\ &= 95,06305245 \\ &= 95 \text{ (Pembulatan)} \end{aligned}$$

¹⁴ Syamsuddin, & Damaiani, Vismaia, *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011), 76.

¹⁵ Populasi diartikan sebagai keseluruhan dari subjek atau objek penelitian. Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), 159

¹⁶ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: rineka Cipta, 2016), 159

¹⁷ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2017), 62

¹⁸ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2017), 71

Sampel yang diamati dalam penelitian ini merupakan para konsumen pembeli Roti bakar Rachmat di Wilayah Purwakarta dengan karakteristik pengukuran sebagai berikut:

- a. Konsumen laki laki dan perempuan yang membeli roti bakar Roti Rachmat di wilayah kecamatan Purwakarta, kecamatan, Plered, kecamatan, Pasawahan, kecamatan Wanayasa, kecamatan jatiluhur dan kecamatan Bungursari.
- b. Konsumen yang melakukan pembelian selama kurun waktu kurang lebih 3 bulan dari penelitian ini dibuat.
- c. Konsumen memiliki pengetahuan tentang label halal suatu Produk.

Data yang digunakan pada penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer¹⁹ merupakan data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang didapatkan peneliti dari kuesioner yang diberikan kepada responden. Pengumpulan data melalui kuesioner akan di tujukan kepada karyawan Roti Rachmat, pedagang gerobak Roti Rachmat dan pembeli di wilayah Purwakarta, meliputi identitas dan tanggapan sesuai hasil dari pengisian kuesioner.

Data Sekunder²⁰ merupakan data yang diperoleh dari buku-buku atau literatur yang berhubungan dengan masalah yang teliti . Dengan kata lain data sekunder dalam penelitian ini merupakan data-data dan informasi yang di peroleh dengan cara membaca buku, artikel, jurnal, data dari internet, dan skripsi penelitian sebelumnya.

Teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini meliputi uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas dan uji parsial (t). Menurut sugiyono uji validitas adalah keabsahan atau tingkat kecocokan alat ukur untuk pengukuran, yang benar-benar cocok mengukur sesuatu yang sedang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk

mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.²¹

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan item yang ada pada instrument kuesioner dengan item data pembanding, atau r hitung dengan r tabel. Berikut data r tabel yang diambil dari buku karya Sugiyono berikut:

Tabel 3.1
Taraf Signifikasi

N	Taraf Signifikasi	
	5%	1%
80	0.220	0.286
85	0.213	0.278
90	0.207	0.270
95	0.202	0.263
100	0.195	0.256

Sumber: Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian.

Berdasarkan tabel 3.1 diatas, dapat diketahui bahwa untuk sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 95 responden dari populasi berjumlah 126 responden. Maka dengan taraf kesalahan 5% nilai signifikasinya adalah 0.202. Jika nilai r hitung > dari 0.202 maka variabel tersebut dinyatakan Valid. Sebaliknya, jika nilai r hitung < 0.202 maka variabel tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabelitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu: Repeated measure atau pengukuran ulang. Artinya seseorang disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda untuk dilihat jawabannya tetap konsisten atau tidak. Cara kedua adalah dengan *one shot* atau pengukuran sekali saja. Seseorang hanya diberikan pertanyaan sekali saja kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain. hal ini juga disebut korelasi antar jawaban pertanyaan.

Uji Reliabilitas menurut Mia Fursiana Salma, menggunakan koefisien Cronbach's Alpa dengan bantuan SPSS 20. Hasil pengujian dikatakan reliabel jika nilai Alpa Cronbach ≥ 0.5 dan nilai Alpa Cronbach \geq Cronbach's Alpa if item

¹⁹Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi Keempat*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2013), 157.

²⁰ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi Keempat*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2013), 157.

²¹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 373

deleted, Merumuskan alpha cronbach yang telah dibakukan sebagai berikut:²²

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

r₁₁ = reabilitas instrument pertanyaan

k = banyaknya butir

Σ² = jumlah varian butir

l² = varian total

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Menurut Nazir²³ uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normalitas sampel. Atau untuk menguji hypothesis tentang distribusi dari ukuran atau variabel-variabel penelitian tersebut. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dua atau lebih populasi memiliki distribusi yang sama.²⁴

Uji parsial (uji t), yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji t digunakan untuk menguji apakah Label Halal mempunyai pengaruh terhadap penjualan Roti Rachmat Bungursari. Maka hypotesis saat ini adalah sebagai berikut:

Ha : Label Halal memberikan pengaruh terhadap penjualan Roti Rachmat Bungursari Purwakarta.

Ho : Label Halal memberikan pengaruh terhadap penjualan Roti Rachmat Bungursari Purwakarta.

Dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai Sig < 0.05 maka Ho di tolak dan Ha diterima. Sebaliknya jika nilai Sig > 0.05 maka Ha diterima dan Ho ditolak.

Instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dalam variabel penelitian. Indikator tersebut dituangkan secara rinci dalam butir-butir pertanyaan yang berupa kuesioner dan dibagikan kepada responden. Penetapan skor yang diberikan kepada tiap responden yang diminta untuk mengisi setiap pertanyaan dengan memilih

salah satu jawaban dari lima pilihan yang tersedia.

Skala pengukuran kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Peneliti membaginya dalam lima kelompok sebagai berikut:

1. SS : Sangat Setuju skor 5
2. S : Setuju skor 4
3. N : Netral skor 3
4. TS : Tidak Setuju skor 2
5. STS : Sangat Tidak Setuju skor 1

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Perusahaan Roti Rachmat menurut Ibu Siti Maesaroh²⁵, usaha “Roti Rachmat” merupakan usaha keluarga. Pada awalnya dibangun untuk meningkatkan usaha roti bakar miliknya, sehingga roti bakar yang dijualnya dipasok menggunakan roti tawar buatan sendiri. pendirian usaha ini terdorong dari perjalanan usaha sebagai pedagang roti bakar yang menggunakan roti milik orang lain. Usaha roti Rachmat Mulai di rintis oleh Bpk. Engkus dan ibu Siti Maesaroh di tahun 1998 di Purwakarta tepatnya di Desa Bojongsono di Kelurahan Nagri Tengah Kecamatan Purwakarta.

Berikut sejarah singkat awal berdirinya roti Rachmat hingga berkembang seperti sekarang ini.

1. Pada 1997 berjualan Roti bakar dengan menggunakan Roti Tawar dari Bandung. Berjualan di 3 titik di Purwakarta. (Ps. Jum’at, Ps. Rebo dan Ps. Mambo)
2. 15 januari 1998 (idul fitri pada 30 Januari 1998) kecewa terhadap Bos roti Bandung dan memutuskan membuat roti tawar mandiri.
3. Modal awal 3 juta dari orang tua untuk membeli perlengkapan, 1 juta modal sendiri untuk membeli bahan-bahan. Beberapa kali gagal dan pada akhirnya merekrut spesialis roti untuk jadi karyawan.
4. November 1998 usaha sudah mulai berjalan. Dan berjualan di 3 tempat di Purwakarta (Ps. Jum’at, Ps. Rebo dan Ps. Mambo) dengan produk sendiri.
5. Akhir Desember 1998 mulai bermunculan pemesanan roti dari sesame pedagang roti bakar.

²² Mia Fursiana Salma dkk, *Kontribusi Perbankan Syari’ah Terhadap Perkembangan UMKM Di Kecamatan Banjarnegara*, (Wonosobo: Penerbit Mangku Bumi, 2018), 29

²³Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor : Ghalia Indonesia, 2014), 359

²⁴Nazir, *Metode Penelitian*, 359

²⁵ Siti Maesaroh pemilik usaha Roti Rachmat di Kecamatan Bungursari Purwakarta. Wawancara pada 26 April 2018

6. Januari 1999 mulai mengurus surat-surat usaha dan menggunakan kata Roti Rachmat sebagai brand produk dan merekrut beberapa karyawan.
7. Pada tahun 1999 Roti Rachmat membeli mobil jenis Cary untuk menunjang kemajuan usaha.
8. Tahun 2000 produksi Roti Rachmat berpindah lokasi produksi dari Bojongsono di Kelurahan Nagri Tengah Kecamatan Purwakarta ke Kp. Cibaragalan Desa Ciwangi Kecamatan Bungursari, menempati area seluas 9 x17 meter persegi. Setengah dari luas bangunan tersebut digunakan untuk rumah pribadi.
9. Tahun 2002 perbaikan area dapur produksi yaitu mengganti 3 oven pemanggang dengan kapasitas masing-masing 60 pcs/proses, diganti dengan 1 oven besar berkapasitas 300 pcs/proses.
10. Pada Desember 2002 setelah Idul Fitri Bapak Engkus mengganti Mobil Carry kapsul dengan mobil Box untuk memudahkan dan meningkatkan proses pengiriman.
11. Pada awal tahun 2004 menambah kembali armada pengiriman dengan membeli 1 unit lagi mobil box.
12. Pada tahun 2008 Bapak Engkus dan ibu Siti membangun rumah pribadi tepat didepan pabrik. Sehingga bangunan sebelumnya seluas 9 x 17 m sepenuhnya digunakan untuk produksi roti.
13. 2010 Roti Rachmat memiliki label halal untuk produk roti tawarnya, dan diperpanjang setiap 2 tahun sekali.
14. Pada Januari 2012 Bpk. Engkus meninggal dunia kemudian usaha dilanjutkan oleh Ibu siti maesaroh sampai sekarang.
15. Saat ini Roti Rachmat memiliki 27 karyawan produksi, dan menghabiskan kurang lebih 500kg tepung terigu setiap harinya.
16. Roti tawar Rachmat saat ini sudah dikirim ke beberapa titik di wilayah Purwakarta, Karawang, Bekasi dan Subang. Kedepannya ibu siti menargetkan roti dikirim sampai ke kota Tangerang.

Roti Rachmat memiliki Visi dan Misi untuk menjadi perusahaan roti terpercaya dimata

konsumennya. Berikut ini merupakan Visi dan Misi Perusahaan dari Perusahaan Roti Rachmat. Visi dan misinya adalah sebagai berikut:

Visi:

“Menjadi penyedia dan Produsen roti tawar yang terpercaya di Jawa Barat”.

Misi:

“Menjamin roti berkualitas terbaik sampai ke tangan konsumen, menciptakan hubungan bisnis yang memberi nilai finansial kepada setiap mitra usaha, serta membantu pertumbuhan ekonomi kecil dan menengah melalui gerobak usaha Roti Rachmat”

Proses distribusi Roti Rachmat meliputi wilayah purwakarta, subang, karawang dan bekasi. Untuk wilayah Purwakarta mencakup Bungursari, Sadang, Purwakarta kota, Jatiluhur, plered, Pasawahan, dan Wanayasa. Adapun Wilayah Subang mencakup Pamanukan, Pegaden dan kota. Untuk wilayah Karawang mencakup Cikampek, Pasar Jomin, Telukjambe, Karawang barat dan Bekasi.

Pendistribusian roti dilakukan setiap 2 hari sekali dengan jadwal untuk karawang dan Bekasi dilakukan pada satu hari dan wilayah Subang dan Purwakarta dilakukan pada hari berikutnya. Selama pengiriman ke karawang dan bekasi wilayah Subang dan Purwakarta tidak ada pengiriman. Begitupun sebaliknya, jika pengiriman untuk wilayah Subang dan Purwakarta, maka wilayah Karawang dan Bekasi tidak ada jadwal pengiriman. Hal ini dilakukan berdasarkan permintaan konsumen. Berikut skema pendistribusian roti Rachmat ke beberapa wilayah.

Proses penjualan roti-roti hasil produksi Racmat dilakukan dengan dua cara, yaitu sebagai berikut:

1. Konsumen melakukan pembelian dengan datang langsung ke lokasi.
2. Konsumen membeli melalui mobil pengiriman dengan melakukan pemesanan terlebih dahulu.

Berikut ini merupakan daftar harga ecer untuk setiap satu kemasan produk Roti Rachmat. Harga-harga tersebut berdasarkan harga roti di Roti Rachmat per September 2018. Daftar harga rotinya adalah sebagai berikut:

1. Roti tawar Kasino di jual dengan harga Rp. 3000.- dan Rp. 3.400.- untuk wilayah bekasi. Hal ini untuk menutupi biaya distribusi ke wilayah tersebut.

2. Roti Burger di jual dengan harga Rp. 1000.- untuk ukuran kecil dan Rp. 1.500.- untuk roti ukuran besar. Roti Burger baru dijual di wilayah Purwakarta berdasarkan pesanan terlebih dahulu.
3. Roti Hotdog dijual dengan harga Rp. 2.000 untuk roti ukuran kecil dan Rp. 2.400 untuk roti ukuran besar. Roti Hotdog juga baru dijual di wilayah Purwakarta saja dan berdasarkan pesanan terlebih dahulu.
4. Roti Tawar Rachmat merupakan roti tawar yang umum dipakai untuk sarapan. Roti tawar Rachmat diiris memotong terlebih dahulu sebelum dijual untuk memudahkan konsumen menikmatinya. Harga yang ditawarkan adalah Rp.3.500.- per kemasan. Saat ini baru di jual di Wilayah Purwakarta saja melakukan pemesanan terlebih dahulu.

Hasil analisa data pada penelitian ini meliputi data deskripsi responden yang terlibat dalam pengumpulan data. Data yang diperoleh berdasarkan observasi lapangan, wawancara dan kuesioner terhadap responden yang melakukan pembelian roti tawar Roti Rachmat Bungursari Purwakarta selama kurun waktu penelitian meliputi wilayah Plered, Pasar Rebo, Pasar Simpang, Wanayasa, Pasar Jum'at, Munjul Jaya, Sadang dan di Pabrik Roti Rachmat langsung.

Pada penelitian ini menggunakan dua variabel (yaitu variabel Label Halal dan variabel Penjualan). Responden yang digunakan sebanyak 95, dan taraf signifikasinya 5% (karena dua sisi jadi signifikasinya 0.025), t tabel dengan menggunakan rumus: $df = n - k$

Dimana : $df = \text{degree of freedom}$
 $n = \text{jumlah responden}$
 $k = \text{jumlah variabel penelitian}$
 maka :
 $df = n - k$
 $= 95 - 2$
 $= 93$

Berdasarkan hasil hitung rumus diatas maka dapat dilihat taraf signifikasinya pada tabel berikut:

Tabel 4
Tabel Taraf Signifikasi (tabel t)

α Untuk Uji Satu Pihak (<i>one tail test</i>)
--

dk	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
	α Untuk Uji Dua Pihak (<i>Two tail test</i>)					
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617

Sumber : Dokumen Penulis

Berdasarkan data yang ditampilkan diatas diketahui bahwa data dari 61-120 dengan taraf signifikasi 0.025 adalah 1.980. maka df pada penelitian ini adalah 93 taraf signifikasinya adalah 1.980. Berikut ini merupakan hasil perhitungan menggunakan program SPSS versi 20, tabel t hitung yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Uji parsial t dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

Tabel 4.3
Taraf Signifikasi Uji t

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10.764	1.548		6.955	.000
1 Label_Halal	.600	.057	.737	10.500	.000

a. Dependent Variable: Penjualan

Dasar pengambilan keputusan untuk Uji t parsial dalam Analisis Regresi adalah sebagai berikut: Berdasarkan nilai t hitung dan t table

1. Jika nilai t hitung > t tabel maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai t hitung < t tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Berdasarkan nilai signifikasi tersebut hasil output SPSS

1. Jika nilai Sig. < 0.05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

2. Jika nilai Sig. > 0.05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Berdasarkan data-data diatas dapat ditarik pemahaman bahwa nilai t hitung 10.500 > dari t tabel 1.980 maka variabel bebas (Label Halal) berpengaruh terhadap variabel terikat (Penjualan). Berdasarkan nilai signifikasi hasil output SPSS pada penelitian ini diperoleh data bahwa nilai Sig. adalah 0.000, maka nilai Sig. $0.000 < 0.05$. Artinya Label Halal berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan. Berdasarkan hasil pengujian data diatas maka besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4. Hasil pengujian data uji t

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 a	.542	.538	1.56603

- a. Predictors: (Constant), label halal
- b. Dependent Variable: penjualan

Bedasarkan data yang di tampilkan pada tabel diatas menjelaskan bahwa besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0.743 dari output (R) tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.542 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Label Halal) terhadap variabel terikat (Penjualan) adalah sebesar 54.2%. sisanya sebesar 45.8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

V. KESIMPULAN

Sertifikat halal yang dikeluarkan Majelis Ulama Indonesia untuk produk yang diperjual belikan menjadi syarat mutlak dalam mencantumkan label halal pada produk. Label halal dapat menjaga kredibilitas, komitmen dan kepercayaan publik sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen meningkatkan daya saing, omzet produksi dan penjualan.

Berdasarkan hasil hasil uji regresi dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Label halal yang dicantumkan oleh Roti Rachmat pada produk yang dijualnya berdasarkan hasil uji sertifikasi LP BPOM MUI memiliki pengaruh terhadap

penjualan Roti Rachmat Bungursari Purwakarta.

2. Berdasarkan hasil uji regresi tersebut dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) yang dihasilkan adalah sebesar 0.542 dari nilai korelasi / hubungan (R) 0.743. Sehingga dari data tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh variabel bebas (Label Halal) terhadap variabel terikat (Penjualan) adalah sebesar 54.2% dan sisanya 45,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak di teliti pada penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian perihal pengaruh Label Halal terhadap penjualan Roti Rachmat di Kecamatan Bungursari Purwakarta, maka beberapa saran ini dapat diterapkan untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen.

1. Berdasarkan hasil dari penelitian ini label halal yang dicantumkan pada kemasan Roti Rachmat perlu diperbaharui dengan label halal terbaru yang telah dianjurkan oleh BP POM MUI.
2. Label halal mempengaruhi penjualan Roti Rachmat sebesar 54.2%, untuk menjamin dan meningkatkan kepercayaan konsumen, label halal dapat dicantumkan pada gerobak usaha roti bakar Rachmat.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Amir M. Taufik. 2005. *Dinamika Pemasaran Jelajahi Dan Rasakan*, Jakarta: Penerbit PT, Raja Grafindi Persada

Arikunto Suharsimi. 2016. *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Penerbit Rineka Cipta

Hanan Abdul. 2017. *Hukum Ekonmi syari'ah*, Jakarta: Penerbit grafisindo

Mashudi, *Konstruksi Hukum dan Respons Masyarakat Terhadap Sertifikasi Produk Halal*, (Yogyakarta: pustaka Pelajar, 2015

Mudrajad Kuncoro. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi Keempat*, Jakarta: Penerbit PT. Gelora Aksara Pratama

Nazir. 2014. *Metode Penelitian*, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia

- Salma Mia Fursiana dkk. 2018. *Kontribusi Perbankan Syariah Terhadap Perkembangan UMKM Di Kecamatan Banjarnegara*, Wonosobo: Penerbit Mangku Bumi
- Soenarjo Dkk. 1999. *al-Quran terjemah*, Bandung: Penerbit Pustaka Setia
- Sugiyono 2017. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sutomo Budi. 2007. *Sukses Wirausaha Roti Favorit* Jakarta: Penerbit Puspa Swara
- Suwarman Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Jakarta: Penerbit PT Ghalia Indonesia
- Syamsuddin, & Damaianti, Vismaia. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*, Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya
- Yusuf al-Qaradhawi.2017. *Halal Haram Dalam Islam* Jakarta: Penerbit PT Serambi Semesta Distribusi
- Siti Maesaroh. 2018 Wawancara dengan Pemilik usaha Roti Rachmat di Kecamatan Bungursari Purwakarta. 26 April 2018