

ABSTRAK

Mengonsumsi produk halal menurut keyakinan agama merupakan Hak warga negara Indonesia yang dijamin dalam Undang-undang Dasar 1945 yang sesuai pada falsafah pancasila dan Agama. Mengonsumsi produk halal saat ini juga menjadi persoalan tersendiri di lingkungan masyarakat, umumnya ketidaktelitian dalam mengecek label halal adalah permasalahan yang seringkali dihadapi masyarakat.

Dewasa ini, produk-produk halal telah memiliki *market* yang sangat besar dan menarik, tidak hanya bagi umat muslim, namun juga bagi umat non-muslim. Definisi halal pun telah berkembang. Produk halal kini tidak hanya harus bersih dari babi, namun juga harus memenuhi kriteria yang tinggi dalam hal kebersihan dan baik untuk kesehatan. Bahkan di negara-negara yang populasinya tidak didominasi oleh warga muslim.

Fenomena ini diikuti dengan banyaknya produk-produk yang menyantumkan label halal pada produknya. Menjadi Negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia membuat fenomena ini berkembang pesat pula di Indonesia. Hal ini membuat para produsen berlomba-lomba untuk mendapatkan sertifikat halal sebagai keunggulan dari produk mereka, termasuk bagi usaha kecil dan menengah (UKM) yang berdasarkan umkmindonesia.id menyumbang 57% GDP Indonesia pada tahun 2015.

Terlebih karena pemerintah telah menetapkan UU no.33 no 2014 yang mewajibkan semua produk yang beredar di Indonesia untuk memiliki sertifikat halal. Dibangun pada tahun 1988 di bawah komando pemerintah Indonesia untuk MUI, Lembaga Penanganan Pangan Obat-obatan Dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) memiliki kewenangan penuh dalam mengeluarkan sertifikasi halal di Indonesia. Namun demikian, masih ada rumor dan isu-isu mengenai layanan LPPOM MUI.

Pelamar masih mengeluh tentang tarif sertifikasi dan durasi yang dianggap terlalu mahal dan memakan waktu yang lama. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pencantuman label halal terhadap keputusan pembelian. Sehingga pelaku UMKM dapat menakar seberapa perlu mencantumkan label halal sehingga dapat meningkatkan jumlah transaksi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan teknik non probabilitas, dimana pemilihan anggota populasi menggunakan metode

purposive sampling. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan kosmetik Wardah yang berjumlah 100 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana.

Instrument penelitian ini menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan *tools* SPSS versi 22. Berdasarkan hasil penelitian, presentase rata-rata pada variabel label halal (20 butir pernyataan) memiliki hasil sebesar 76,74% yang dimana nilai tersebut berada diantara interpretasi nilai >68% - 84% (dalam garis kontinum) yang termasuk kedalam kategori baik, dan presentase rata-rata pada variabel label halal memiliki hasil sebesar 74,88% yang dimana nilai tersebut berada diantara interpretasi nilai >68% - 84% (dalam garis kontinum) yang termasuk kedalam kategori baik.

Besarnya pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada UMKM Kuliner Kota Bandung pada nilai t hitung diperoleh nilai t hitung sebesar 10,253 dan t tabel 1,984. Dikarenakan nilai t hitung > t tabel, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, maka artinya Terdapat pengaruh secara signifikan Variabel Label Halal X terhadap Variabel Keputusan Pembelian. Dalam analisis koefisien determinasi, didapatkan hasil bahwa koefisien determinasi (KD) sebesar 51,6%. Hal ini menunjukkan bahwa pada label halal terhadap keputusan pembelian berpengaruh sebesar 51,6%, sedangkan sisanya 48,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Label Halal, Keputusan Pembelian, UMKM Kuliner Bandung, Regresi Linier Sederhana.