

FAKTOR –FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI MASYARAKAT UNTUK MENGONSUMSI PRODUK HALAL

Endang Nur Alwasy¹, Rino Purnomo²

Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Dan Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam
(STAI) Ash-Shiddiqiyah, Lempuing Jaya Kabupaten Ogan Komering Ilir
Endang21@gmail.com¹, Rinopurnomo50@gmail.com²

ABSTRAK

KATA KUNCI

Aspek Halal,
Religiusitas, Sertifikat
Halal, Harga, Norma
Sosial, Kesadaran Halal
dan Preferensi Untuk
Mengonsumsi Produk
Halal.

KEYWORDS

*Halal Aspects, Religiosity,
Halal Certificate, Price,
Social Norms, Halal
Awareness and Preference
for Consuming Halal.*

ARTICLE INFO

Accepted:01-10-2022
Revised:13-10-2022
Approved:20-10-2022

Melihat dari perkembangan produk halal yang ada di Indonesia, tidaklah sulit untuk menjadi pusat industri halal dunia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh religiusitas, sertifikat halal, harga, norma sosial, dan kesadaran halal terhadap preferensi masyarakat untuk mengonsumsi produk halal. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner menggunakan fitur *google form* secara *online*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non-probability sampling* dengan teknik *judgmental sampling* atau disebut juga *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas, harga, dan kesadaran halal berpengaruh signifikan secara parsial terhadap preferensi masyarakat untuk mengonsumsi produk halal. Sedangkan sertifikat halal dan norma sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi masyarakat untuk mengonsumsi produk halal. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa secara simultan religiusitas, sertifikat halal, harga, norma sosial dan kesadaran halal berpengaruh terhadap preferensi masyarakat untuk mengonsumsi produk halal sebesar 70,6% dan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of religiosity, halal certificates, prices, social norms, and halal awareness on people's preferences to consume halal products. This study uses quantitative methods. Data was collected by distributing questionnaires using the online google form feature. The sampling technique used is Non-probability sampling with judgmental sampling technique or also called purposive sampling. Based on this technique, the number of samples taken in this study were 150 respondents. Meanwhile, in this study, the data analysis method used was SEM (Structural Equation Modeling) to test the hypothesis with SmartPLS 3.0 software and Microsoft Excel 2010. The results of this study indicate that religiosity, price, and halal awareness partially have a significant effect on people's preferences for consuming halal products. Meanwhile, halal certificates and social norms have no significant effect on people's preferences to consume halal products. The results of this study also show that simultaneously religiosity, halal certificates, prices, social norms and halal awareness affect people's preferences to consume halal products by 70.6% and the rest is influenced by other variables outside of this study.

PENDAHULUAN

Islam merupakan salah satu agama yang ada di dunia. Islam adalah agama yang mencakup setiap aspek kehidupan manusia. Dalam ajaran Islam manusia tidak hanya diajarkan untuk menyembah Tuhannya saja. Tetapi manusia diajarkan bagaimana cara menjalankan kehidupan dengan baik, yang berlaku tidak hanya bagi setiap pribadi muslim melainkan untuk seluruh umat manusia yang ada di dunia ini (Yunus, 2017).

Indonesia adalah negara keempat dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia (Wardani & Arnellis, 2019). Selain itu Indonesia juga dikenal dengan negara yang memiliki jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia. Hal ini dapat diketahui dari hasil sensus penduduk pada tahun 2010 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik yaitu 87% dari 237.461.326 penduduk Indonesia yang beragama Islam.

Mengingat jumlah penduduk muslim yang akan terus bertambah setiap tahunnya, maka dapat dikatakan bahwa jumlah konsumsi produk halal di Indonesia seharusnya menjadi tingkat konsumsi produk halal terbesar karena jumlah penduduk akan berbanding lurus dengan jumlah konsumsi masyarakat (Yudha, 2021).

Melihat dari perkembangan produk halal yang ada di Indonesia, tidaklah sulit untuk menjadi pusat industri halal dunia (Sayekti, 2020). Karena populasi Muslim Indonesia yang besar, akan ada peningkatan permintaan produk halal di dalam negeri, diikuti oleh permintaan dunia (Yulia, 2015). Namun demikian, sangat disayangkan bahwa potensi industri halal yang dimiliki Indonesia belum tergarap sepenuhnya..

METODE PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan yang akan digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif atau disebut dengan metode ilmiah/scientific ini karena memenuhi kaidah ilmiah yaitu konkrit, empiris, objektif, rasional dan sistematis (Erwinsyahbana & Ramlan, 2017). Pada pendekatan ini data penelitian yang diperoleh berupa angka-angka yang kemudian di analisis menggunakan statistik. Oleh karena itu penelitian kuantitatif adalah suatu jenis penelitian yang menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai fakta serta menjelaskan hasil pengolahan data tersebut secara detail (Rukajat, 2018).

2. Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Provinsi Sumatera Selatan. Sedangkan Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai wakil dari para anggota populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non-probability sampling* dengan teknik *judgmental sampling* atau disebut juga *purposivesampling* (Harjati, Sabu, & Olivia, 2015). Dalam teknik ini sampel dipilih berdasarkan kriteria atau pandangan dari para ahli berdasarkan tujuan dan maksud penelitian. Adapun kriteria tertentu pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Responden minimal berumur 17 tahun dan maksimal 50 tahun
- b. Beragama Muslim dan Non-Muslim

c. Berdomisili di Provinsi Sumatera Selatan

3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini digunakan untuk menentukan nilai masing-masing variabel yang diteliti. Instrumen untuk fenomena sosial, di sisi lain, jarang terjadi karena fenomena sosial berubah dengan cepat dari waktu ke waktu (Anggito & Setiawan, 2018). Variabel penelitian itu sendiri berfungsi sebagai titik awal untuk mengembangkan instrumen penelitian.

Oleh karena itu, peneliti perlu menyusun sendiri instrumen penelitiannya. sama halnya seperti yang dilakukan penulis pada penelitian ini. Adapun instrumen yang digunakan pada penelitian ini antara lain angket/kuesioner, dan skala likert.

4. Teknik Pengumpulan Data

- a. Menyiapkan kuesioner dan menyusun daftar pertanyaan yang dibuat dalam bentuk *google form*.
- b. Setelah penyusunan pernyataan dalam kuesioner selesai, maka selanjutnya adalah penyebaran kuesioner penelitian. Adapun penyebaran kuesioner ini dilakukan dengan dibagikan ke masyarakat Sumatera Selatan secara *online*. Hal ini dilakukan karena cakupan lokasi penelitian yang sangat luas sehingga tidak memungkinkan bagi penulis untuk membagikan kuesioner secara langsung. Oleh karena itu, untuk mempermudah memperoleh data penelitian kuesioner ini dibagikan secara *online*.
- c. Penyebaran kuesioner secara *online* ini dilakukan dengan cara dibagikan melalui grup-grub *WhatsApp*, dan di *share* melalui *story*. Selain itu penulis juga akan menyebarkan kuesioner secara *online* ini melalui chat pribadi kepada responden dengan mengirim *link google form* penelitian.
- d. Data dari hasil kuesioner tersebut akan penulis olah dalam *Microsoft Excel 2010*, sebelum dilanjutkan ke pengolahan data menggunakan *software SmartPLS 3.0*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

Provinsi Sumatera Selatan terletak di pulau Sumatera di wilayah selatan Indonesia. Sumatera Selatan dibagi menjadi tiga belas (tiga belas) pemerintah kabupaten dan empat (empat) pemerintah kota, dengan Palembang sebagai ibu kota provinsi. Pemerintah kecamatan dan desa atau kelurahan diawasi oleh pemerintah kabupaten dan kota. Menurut data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kemendagri, pada Juni 2021 jumlah penduduk Sumsel (Sumatera Selatan) sebanyak 8,49 juta jiwa dengan 4.320.078 penduduk laki-laki dan 4.147.354 penduduk perempuan. Sebanyak 8,25 juta (97,17%) penduduknya beragama Islam.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1 Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki-laki	68	45,33
2.	Perempuan	82	54,67
	Total	150	100

Sumber: data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 150 responden yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan *google form* dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 68 atau 45,33% dan jenis kelamin perempuan dengan jumlah 82 atau 54,67%.

Adanya pengaruh dari Religiusitas ini disebabkan karena masyarakat hanya akan mengonsumsi produk yang jelas kehalalan bahan bakunya, serta percaya bahwa mengonsumsi produk halal berpengaruh pada kualitas hidup yang lebih baik. (Khossario & Rama, 2017) Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar tingkat religiusitas seseorang maka akan semakin besar pula pengaruhnya terhadap preferensi untuk mengonsumsi produk halal.

Pengaruh Sertifikat Halal terhadap preferensi masyarakat untuk mengonsumsi produk halal sertifikat halal pada penelitian ini memiliki nilai t-statistik sebesar 1,921 lebih kecil dari 1,96 dengan nilai p-values sebesar 0,055 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan terdapat pengaruh sertifikat halal terhadap preferensi masyarakat untuk mengonsumsi produk halal ditolak.

Hal ini karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Hal ini disebabkan oleh adanya masyarakat yang tidak menganggap bahwa gambar label halal itu penting, untuk mempermudah dalam melihat informasi dan keyakinan akan mutu produk (Suprpto & Azizi, 2020). Selain itu, masyarakat juga tidak mengetahui bahwa gabungan gambar dan tulisan arab pada kemasan adalah label halal resmi dari MUI. Sehingga hal ini akan mempengaruhi masyarakat yang membeli produk tidak berdasarkan adanya sertifikat halal pada kemasan produk.

Pengaruh Harga terhadap preferensi masyarakat untuk mengonsumsi produk halal, variabel harga memiliki nilai t-statistik sebesar 2,338 lebih besar dari 1,69 dengan tingkat signifikan sebesar 0,020 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap preferensi masyarakat untuk mengonsumsi produk halal. Oleh karena itu, hipotesis ketiga telah terbukti kebenarannya dan dinyatakan diterima (H_3 diterima). Sejalan dengan hal ini penelitian bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keinginan untuk mengonsumsi produk halal.

KESIMPULAN

Variabel Religiusitas (X_1) berpengaruh signifikan terhadap preferensi masyarakat untuk mengonsumsi produk halal, dengan nilai t-statistik 2,167 dengan nilai p-value

Variabel Sertifikat Halal (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi masyarakat untuk mengonsumsi produk halal. Adapun nilai t-statistik sebesar 1,921 ($< 1,96$) dan p-values 0,55 ($> 0,05$). Variabel Harga (X3) memiliki nilai t-statistik yang cukup tinggi yaitu 2,338 dengan p-values 0,020, hal ini berarti bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi masyarakat untuk mengonsumsi produk halal. Variabel Norma Sosial (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi masyarakat untuk mengonsumsi produk halal. Nilai t-statistik sebesar 1,602 dan p-values 0,110 yang menunjukkan tidak signifikan. Variabel Kesadaran Halal (X5) dengan nilai t-statistik 2,041 dan p-values 0,042 menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi masyarakat untuk mengonsumsi produk halal. Berdasarkan nilai R-square yang diperoleh melalui uji measurement model sebesar 0,706. Hal ini berarti bahwa variabel independen religiusitas (X1), sertifikat halal (X2), harga (X3), norma sosial (X4), dan kesadaran halal (X5) berpengaruh secara simultan terhadap preferensi masyarakat untuk mengonsumsi produk halal (Y), sebesar 70,6% dan sisanya sebesar 29,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

REFERENSI

- Anggito, Albi, & Setiawan, Johan. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Erwinsyahbana, Tengku, & Ramlan, Ramlan. (2017). Penelitian Kualitatif Bidang Ilmu Hukum Dalam Perspektif Filsafat Konstruktivis. *Borneo Law Review*, 1(1), 1–19.
- Harjati, Lily, Sabu, G., & Olivia, Lusia. (2015). Pengaruh persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian the body shop. *E-Journal Widya Ekonomika*, 1(1), 36785.
- Khossario, Rindo, & Rama, Ali. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keinginan Mengonsumsi Produk Halal Menggunakan Theory of Reasoned Action. *Jihbiz: Journal of Islamic Economy, Finance, and Banking*, 1(1), 1–14.
- Rukajat, Ajat. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Deepublish.
- Sayekti, Nidya Waras. (2020). Strategi pengembangan pariwisata halal di Indonesia. *Kajian*, 24(3), 159–172.
- Suprpto, Rifqi, & Azizi, Zaky Wahyuddin. (2020). Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin P-IRT Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Kerupuk Ikan. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 3(2), 125–133.
- Wardani, Thesya Josevin, & Arnellis, Arnellis. (2019). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ketidakterataan Jumlah Penduduk di Indonesia Menggunakan Analisis Faktor. *Journal of Mathematics UNP*, 4(4).
- Yudha, Ana Toni Roby Candra. (2021). *Fintech Syariah dalam Sistem Industri Halal: Teori dan Praktik*. Syiah Kuala University Press.
- Yulia, Lady. (2015). Strategi Pengembangan Industri Produk Halal. *Jurnal Bimas Islam*, 8(1),

121–162.

Yunus, A. Faiz. (2017). Radikalisme, Liberalisme dan Terorisme: Pengaruhnya Terhadap Agama Islam. *Jurnal Studi Al-Qur'an*, 13(1), 76–94.

Copyright holders: Endang
Nur Always (2022)

First publication right: Hawalah -
Kajian Ilmu Ekonomi Syariah



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)