

BAB V

PENGARUH LABEL HALAL AQIQOH SIAP SAJI YAYASAN NURUL HAYAT CABANG GRESIK TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT GRESIK

Dari hasil analisis data di atas dapat dilihat bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel label halal aqiqoh siap saji Nurul Hayat Cabang Gresik terhadap minat beli masyarakat Gresik. Koefisien determinasi sebesar 0,131 yang memiliki arti bahwa pengaruh variabel label halal (X) terhadap minat beli (Y) adalah sebesar 13,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Hal tersebut didukung dengan pernyataan dari beberapa wawancara terhadap responden (konsumen) tentang alasan mengapa mereka memilih layanan jasa aqiqoh siap saji Nurul Hayat, salah satunya yakni terdapat label halal pada kemasan aqiqoh, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa label halal aqiqoh siap saji Nurul hayat Cabang Gresik dapat mempengaruhi minat beli masyarakat Gresik dalam memilih produk aqiqoh. Hasil tersebut mendukung penelitian yang dilakukan oleh Yuli Mutiah Rambe, Fakultas Ekonomi Universitas Al-Washliyah pada tahun 2013 dengan judul “Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim” yang menyimpulkan bahwa analisis data yang dilakukan menunjukkan koefisien penentu pembentukan variabel Y ke X adalah 0,311 yang berarti bahwa variabel

X berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 31,1 %.¹ Pada penelitian terdahulu terdapat pengaruh yang lebih besar dikarenakan obyek pada penelitian tersebut merupakan klasifikasi produk barang atau makanan (mie) sedangkan obyek pada penelitian ini yakni layanan jasa (aqiqoh siap saji), jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.² Nurul Hayat yang mana suatu Yayasan yang dikelola oleh pengurus dan didirikan untuk tujuan sosial keagamaan sudah mendapat kepercayaan dari masyarakat dalam mengelola usaha aqiqoh. Dan karena aqiqoh merupakan ibadah sunnah muakkad bagi mereka yang mampu.³

Dengan dua sasaran pemasaran, yakni menarik pelanggan baru dengan menjanjikan keunggulan nilai serta menjaga dan menumbuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan.⁴ Aqiqoh Nurul Hayat memberikan apa yang dijanjikan, dengan harga yang terjangkau, pesanan aqiqoh terkirim dengan cepat ke rumah para pelanggan karena mereka mengetahui bahwa jika mereka peduli kepada para pelanggannya, pangsa pasar dan keuntungan akan menyusul. Bila pemasar memahami kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk dan jasa yang menyediakan nilai yang unggul bagi pelanggan, menetapkan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan produk dan jasa itu secara efektif maka produk dan jasa itu akan mudah dijual. Dengan dipandu oleh strategi pemasaran yayasan merancang bauran pemasaran yang terdiri dari beberapa faktor dibawah

¹ Yuli Mutiah Rambe, *Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah*, Jurnal, (Medan, Universitas Al-Washliyah, 2013).

² Fandy Tjiptono, 98.

³ Kamil Muhammad 'Uwaidah, *Al-Jami' Fi Fiqhi An-Nisa' Fiqih Wanita Edisi Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Al-Kaustar, 2013), 511.

⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, 5.

kendalinnnya yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan tersebut meliputi barang fisik (seperti sepeda motor, komputer, TV, buku teks), jasa (restoran, penginapan, transportasi), orang atau pribadi (Madonna, Tom Hanks, Michael Jordan), tempat (Pantai Kuta, Danau Toba), organisasi (Ikatan Akuntansi, Pramuka, PBB), dan ide (Keluarga Berencana).⁵ Produk sebagai suatu tawaran (*Market Offerings*) meliputi produk fisiknya dengan berbagai kemampuan untuk mana produk itu dibuat, jasa pelayanan bila diperlukan, tawaran garansi, kemasan yang melindungi produk dan memudahkan penggunaan, dimana dapat ditempel *brand* yang menunjukkan identitas produsernya dan label yang menjelaskan isi produk dan cara penggunaannya secara benar.⁶

Usaha aqiqoh Nurul Hayat itu dipilih lantaran dua pertimbangan. Pertama, masih banyaknya ketidaktahuan masyarakat mengenai hukum dan ketentuan aqiqah. Maka dengan adanya aqiqoh siap saji ini Nurul Hayat turut andil dalam mengedukasi masyarakat untuk lebih mengetahui tentang aqiqoh. Yang kedua, masyarakat yang menunda menyelenggarakan aqiqah karena tidak mau repot dan karena saat itu masih belum ada yang menyentuh bisnis ini sehingga bisa dikatakan aqiqoh Nurul Hayat sebagai pelopornya. Maka unit usaha aqiqoh siap

⁵ Fandy Tjiptono, 95.

⁶ Gunawan Adi Saputro, 170.

saji Nurul Hayat sesuai dengan kebutuhan konsumen dan memberikan manfaat untuk memecahkan masalah yang dihadapi konsumen, serta harga yang ditawarkan terjangkau oleh konsumen yang akan membeli produk tersebut. Untuk tempat atau distribusi, aqiqoh Nurul Hayat dapat mendistribusikan produknya dengan baik, yakni terdapat di beberapa kota yakni 29 kota dengan lokasi yang strategis sehingga dapat dengan mudah diperoleh konsumen. Dengan promosi atau komunikasi yang baik, aqiqoh Nurul Hayat menyampaikan pesan mengenai produknya yakni dengan melakukan publisitas pada majalah yang diterbitkan tiap bulan, leaflet, brosur, poster, spanduk, dan banner. Untuk menciptakan produk bercitra bagus membutuhkan pesan promosi yang mencerminkan citranya dengan pilihan media.

Unsur-unsur yang dipandang penting oleh konsumen yaitu atribut produk. Atribut produk adalah manfaat-manfaat yang akan diberikan oleh produsen, manfaat-manfaat ini dikomunikasikan dan dipenuhi oleh atribut-atribut yang berwujud seperti merk, kemasan, label, dan kualitas.⁷ Atribut produk meliputi merk, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan, dan sebagainya.⁸ Maka dapat disimpulkan bahwa atribut produk merupakan sesuatu yang penting dan dapat dijadikan pengambilan keputusan dalam suatu pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Atribut produk merupakan stimuli pemasaran yang dapat dijadikan daya tarik dan merupakan salah satu faktor yang dianggap penting oleh konsumen. Konsumen menggabungkan begitu banyak atribut dari suatu produk

⁷ Henry Simarora, 539.

⁸ Fandy Tjiptono, 103.

atau merek tertentu, perilaku mereka tertuju pada merek, terutama pada pentingnya fungsi yang mereka ingin capai dari masing-masing atribut tersebut.

Jika merujuk kepada Aqiqoh Nurul Hayat terdapat beberapa atribut yang menjadi daya tarik konsumen untuk melakukan pemesanan aqiqoh siap saji Nurul Hayat, Pertama adanya buku risalah yang berisi do'a untuk aqiqah. Setiap konsumen yang melakukan transaksi pembelian aqiqoh Nurul Hayat per ekor akan mendapatkan 50 buku risalah secara gratis. Kedua, adanya sertifikat pelaksanaan aqiqah bagi nama yang di aqiqahi. Dengan adanya sertifikat, konsumen merasakan kelayakan atau kenyamanan dengan adanya legalitas terhadap ibadah aqiqah yang dilaksanakannya. Ketiga, setiap pembelian aqiqoh siap saji Nurul Hayat jika tidak dalam kemasan akan mendapatkan toples tempat bumbu sate secara cuma-cuma, namun jika dalam kemasan, setiap kemasannya terdapat toples kecil tempat gule. Dan keempat, mengenai pembayaran yang fleksibel, jika pada pemesanan ternyata tidak membawa uang, pembayaran dapat dilakukan saat pengiriman tanpa melakukan *Down Payment* terlebih dahulu.

Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang divantelkan pada produk.⁹ Label bisa berupa gantungan sederhana yang ditempelkan pada produk atau gambar yang dirancang secara rumit dan menjadi bagian kemasan. Label bisa

⁹ Ibid.,107.

membawa nama merek saja, atau sejumlah besar informasi.¹⁰ Label adalah bagian dari sebuah barang yang berupa keterangan-keterangan tentang produk tersebut.¹¹

Label halal dari Majelis Ulama' Indonesia (MUI) yang tertera pada kemasan aqiqoh Nurul Hayat termasuk dalam *descriptive label* karena menjelaskan tentang jaminan kesehatan, komposisi serta kualitas dan mutu produk telah terjamin. Sehingga dengan adanya label halal pada aqiqoh siap saji Nurul Hayat Cabang Gresik berfungsi untuk mengidentifikasi dan memberi keterangan mengenai produk tersebut serta diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk aqiqoh dan diharapkan dapat meningkatkan minat beli konsumen Muslim.

Aqiqah Nurul Hayat juga memiliki label berbentuk kambing dengan kualiti dan gelembung gule. Label ini terdapat disetiap atribut yang dimiliki oleh Aqiqoh Nurul Hayat. Kemasan kotakan, toples sate, toples gule, branding mobil, dan risalah. Sehingga masyarakat dengan sangat mudah mengenali aqiqoh Nurul Hayat dengan hanya melihat etiket (tanda pengenal) tanpa harus bertanya kepada orang lain.

Halal artinya dibenarkan lawannya haram artinya dilarang, atau tidak dibenarkan menurut syariat Islam.

Pengertian makanan dan minuman yang halal meliputi:¹²

1. Halal secara zatnya
2. Halal cara memprosesnya

¹⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 29.

¹¹ Fajar Laksana, 83.

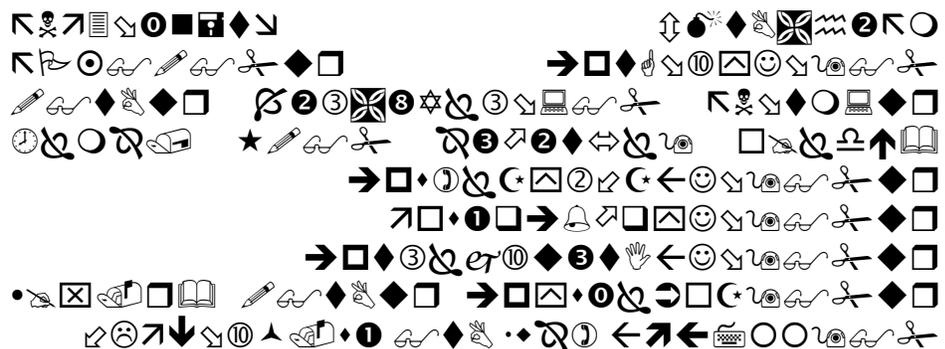
¹² <http://www.halalmuibali.or.id/?p=56> (19/12/2013)

3. Halal cara memperolehnya
4. Minuman yang tidak halal

Yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syarat syariat Islam yaitu:¹³

1. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
2. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran-kotoran dan lain sebagainya.
3. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.
4. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam.
5. Semua makanan dan minuman yang mengandung khamar.

Sebagaimana Allah Swt berfirman:

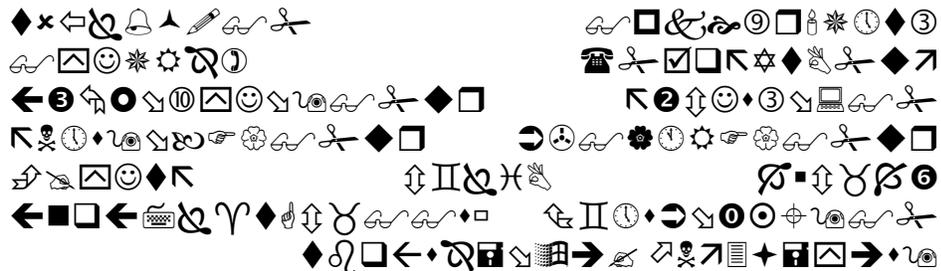


Artinya: “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi,

dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik,

¹³ Burhanuddin, 140.

yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu sembelih.” (QS, Al-Maidah: 3)¹⁴



Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, sesungguhnya minuman

keras, berjudi, (berkorban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji dan termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung.” (QS, Al-Maidah: 90).¹⁵

Label halal yang terdapat pada kemasan aqiqoh siap saji Nurul Hayat merupakan tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut berstatus sebagai produk halal, dalam hal ini mulai dari pemilihan kambing yang telah memenuhi syarat untuk di aqiqoh, cara penyembelihan kambing, cara pengolahan kambing, dan bahan yang digunakan dalam mengolah kambing tersebut serta didukung dengan sitem management mutu tersandart ISO 9001 : 2008, bersertifikat Halal MUI Jawa Timur, dan Yogyakarta, serta tersertifikasi laik sehat Dinas Kesehatan Kota Surabaya.¹⁶ Pencantuman label halal produk dilakukan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen muslim, dikarenakan banyaknya permasalahan label halal pada produk-produk yang mengandung bahan-bahan yang haram untuk dikonsumsi.

¹⁴Departemen Agama RI, 107.

¹⁵Ibid.,123.

¹⁶ <http://www.aqiqahnurulhayat.com/news/tag/aqiqah-surabaya> (07/12/2013).

Contohnya, kasus Ajinomoto yang mencuat setelah ditemukannya enzim babi dalam proses pembuatannya. Untuk mengantisipasi hal tersebut maka dalam proses produksi diperlukannya ketentuan-ketentuan syarat kehalalan suatu produk secara syara. Dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk, maka secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen khususnya masyarakat muslim untuk menggunakan produk tersebut. munculnya rasa aman dan nyaman dalam mengonsumsi produk tersebut akan meningkatkan kepercayaan serta minat belinya.

Tugas selanjutnya yang sangat penting bagi manajemen pemasaran adalah memahami perilaku pembelian konsumen, perilaku pembelian konsumen merupakan perilaku pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumen pribadi.¹⁷ Disiplin perilaku konsumen adalah satu cabang dari ilmu sosial, ia memanfaatkan metode riset yang berasal dari disiplin psikologi, sosiologi, ekonomi, antropologi dalam meneliti perilaku manusia sebagai konsumen. Riset perilaku konsumen terdiri atas tiga perspektif : perspektif pengambilan keputusan, perspektif eksperiensial, perspektif pengaruh perilaku.¹⁸ Ketiga perspektif ini sangat mempengaruhi cara berpikir dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, bagi perusahaan keputusan pembelian adalah bagian terpenting dari perusahaan mereka. Menurut Assael perilaku konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu konsumen individual, pengaruh-pengaruh lingkungan, dan penerapan dari perilaku konsumen pada strategi. Konsumen individual artinya untuk membeli

¹⁷ Philip Kotler dan Gary Armstrong, 158.

¹⁸ Ujang Sumarwan, 5-6.

suatu produk dengan merek tertentu dipengaruhi oleh hal-hal yang ada pada diri konsumen. Kebutuhan persepsi terhadap merek, sikap, kondisi demografis, gaya hidup, karakteristik kepribadian individu akan mempengaruhi pilihan individu itu terhadap berbagai alternatif yang tersedia.

Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.¹⁹ Menurut model sikap terdiri dari tiga komponen, sikap terdiri dari tiga komponen utama: komponen *kognitif*, komponen *afektif*, dan komponen *konatif*.²⁰

Komponen *kognitif* terdiri dari berbagai *kognisi* seseorang yaitu pengetahuan dan persepsi yang diperoleh berdasarkan kombinasi pengalaman langsung dengan objek sikap. Pengetahuan dan persepsi tersebut diperoleh melalui pengalaman langsung dari objek sikap tersebut dan informasi dari berbagai sumber lainnya. Pengetahuan dan persepsi tersebut biasanya berbentuk kepercayaan, artinya konsumen mempercayai bahwa suatu objek sikap memiliki berbagai atribut dan perilaku yang spesifik akan mengarahkan kepada hasil yang spesifik. Komponen *afektif* merupakan emosi atau perasaan konsumen mengenai produk atau merk tertentu merupakan komponen *afektif* dari sikap tertentu. *afektif* mengungkapkan penilaian konsumen kepada suatu produk apakah baik atau buruk, disukai atau tidak disukai. Komponen *konatif* komponen terakhir ini berhubungan dengan kemungkinan atau kecenderungan bahwa individu akan melakukan tindakan khusus atau berperilaku dengan cara tertentu terhadap objek

¹⁹ Ibid.,166.

²⁰ Leon G. Schiffman dan Leslie L. Kanuk, 225.

sikap tertentu. *Konatif* juga bisa meliputi perilaku yang sesungguhnya terjadi. Komponen konatif dalam riset konsumen biasanya mengungkapkan keinginan membeli dari konsumen (*intention to buy*). Minat ialah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu, minat berhubungan dengan aspek *kognitif*, *afektif*, motorik dan merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan.²¹

Minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh, minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau semakin dekat hubungan tersebut maka akan semakin besar minatnya.²² Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu, dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu.²³ Dengan penerapan dan jaminan label halal yang baik pada produk aqiqoh siap saji Nurul Hayat Cabang Gresik, maka dapat mempengaruhi minat beli masyarakat Gresik. Karena label halal merupakan salah satu strategi marketing yang berpotensi dalam penjualan suatu produk yang mempunyai kualitas terjamin dan umat muslim tidak perlu meragukan lagi kehalalannya, sehingga dalam hal ini label halal berperan dalam meningkatkan penjualan dan menarik para konsumen khususnya konsumen

²¹ Yudrik Jahja, 63-64.

²² Slameto, 180.

²³ Ali Hasan, 173.

muslim. Dan minat beli juga dapat berfungsi sebagai pengukur seberapa besar tingkat penjualan pada produk. Sehingga manajemen pemasaran dalam bentuk brand atau citra pada produk tercapai. Manajemen pemasaran yang baik akan selalu berusaha meningkatkan penjualan dan kualitas produk yang mana pada akhirnya akan mewujudkan perkembangan usaha yang semakin meningkat dan loyalitas konsumen terhadap produk.

Dari hasil penelitian terhadap responden (konsumen) melalui kuisisioner dengan pertanyaan terbuka, selain faktor label halal yang dimiliki aqiqoh siap saji Nurul Hayat Cabang Gresik mempengaruhi minat beli masyarakat Gresik terdapat beberapa faktor lain yang juga mempengaruhi minat beli masyarakat Gresik yakni karena praktis, efisien, murah, lokasi dekat, pemesanan bisa lewat telepon, pelayanan yang diantar langsung ke alamat tujuan, dan karena sebagian responden merupakan donatur tetap Yayasan Nurul Hayat Cabang Gresik.

Nurul Hayat sejak awal didirikan sudah dicita-citakan untuk menjadi lembaga milik umat yang mandiri. Lembaga milik umat artinya lembaga yang dipercaya oleh umat karena mengedepankan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana-dana amanah umat. Sedangkan lembaga yang mandiri artinya hak sebagai amil (gaji karyawan) tidak mengambil dana zakat dan sedekah umat dan berusaha memenuhi gaji karyawan secara mandiri dari hasil usaha yayasan. Sehingga konsumen yang telah memesan aqiqoh insyaallah berkah karena di sini konsumen sekaligus bersedekah (setelah dikurangi biaya operasional keuntungan dari usaha aqiqoh digunakan untuk mendukung program beasiswa tiap semester 4500 anak yatim), serta mendistribusikan ke panti-panti asuhan dan desa untuk

support program dakwah. Kecilnya prosentase pengaruh label halal aqiqoh siap saji Nurul Hayat terhadap minat beli masyarakat bukan karena konsumen tidak memperhatikan kehalalan dari produk sebelum melakukan pembelian, tetapi karena tingginya tingkat kepercayaan dan keyakinan masyarakat mengenai Nurul Hayat.

Hasil dari penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan untuk kasus diluar objek penelitian, karena hanya menggunakan objek konsumen aqiqoh siap saji Nurul Hayat yaitu sebuah lembaga yang dipersepsikan masyarakat sebagai lembaga islam. Sejalan dengan penelitian ini maka dianjurkan kepada produsen, khususnya yang beragama islam agar tetap memperhatikan label halal yang tertera dalam kemasan makanan atau minuman, karena variabel ini akan menentukan penjualan di lingkungan pemeluk agama islam.

Penelitian lanjutan yang melengkapi variabel-variabel yang sudah ada pada penelitian ini perlu dilakukan untuk semakin menyempurnakan pemahaman terhadap faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat beli selain label halal, serta dalam wilayah penelitian tidak mewakili seluruh karakter pasar Nurul Hayat karena Gresik termasuk Kota yang sebagian besar mayoritas penduduknya beragam islam. Hal ini karena memang keterbatasan kemampuan penulis sehingga diharapkan untuk penelitian yang akan datang agar bisa lebih menyempurnakan penelitian ini.