

PENGARUH LABEL HALAL, RELIGIUSITAS, DAN SIKAP PRODUSEN TERHADAP KEPATUHAN SERTIFIKASI HALAL STUDI PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN LUMAJANG

Dhiasti Eka Wulandari
STKIP PGRI Lumajang
dhiastiekaw@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk menguji dan menganalisa Apakah label halal berpengaruh terhadap Kepatuhan Sertifikasi Halal Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Lumajang. 2) Untuk menguji dan menganalisa Apakah Religiusitas berpengaruh terhadap Kepatuhan Sertifikasi Halal Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Lumajang. 3) Untuk menguji dan menganalisa Apakah Sikap Produsen berpengaruh terhadap Kepatuhan Sertifikasi Halal Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Lumajang. 4) Apakah label halal Religiusitas, dan sikap Produsen berpengaruh secara simultan terhadap Kepatuhan Sertifikasi Halal Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Lumajang. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif, jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 100 responden. Teknik sampel menggunakan teknik *proporsional random sampling*. Teknik pengumpul data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan X1 tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan sertifikasi halal dengan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,075 , ($0,075 < 0,05$), ($1,803 > 1,984$), nilai koefisien sebesar 0,232 yang berarti berpengaruh positif sebesar 23,2 % sehingga bahwa H_a ditolak dan H_o diterima. Religiusitas X2 dengan hasil uji t hitung sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$), hasil uji t hitung sebesar 3,667 lebih besar dari r tabel ($3,667 > 1,984$). Sikap Produsen (X3). Nilai signifikansi $0,040 < 0,05$, nilai t hitung $> r$ tabel ($2,082 > 1,660$, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dan $f > f$ tabel ($46,691 > 2,37$), sehingga H_a diterima. Dari nilai *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) menunjukkan nilai sebesar 0,581 atau 58,1% dan sisanya 41.9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Kata Kunci: Label Halal, Religiusitas, Sikap produsen, Kepatuhan Sertifikasi Halal. Usaha Mikro Kecil Menengah di Kabupaten Lumajang

Abstract

The purpose of this study are: 1) To test and analyze whether the halal label has an effect on Halal Certification Compliance Study on Micro, Small and Medium Enterprises in Lumajang Regency. 2) To test and analyze whether Religiosity has an effect on Halal Certification Compliance Study on Micro, Small and Medium Enterprises in Lumajang Regency. 3) To test and analyze whether Producer Attitude has an effect on Halal Certification Compliance Study on Micro, Small and Medium Enterprises in Lumajang Regency. 4) Does the halal label Religiosity, and Producer Attitude have a simultaneous effect on Halal Certification Compliance Study on Micro, Small and Medium Enterprises in Lumajang Regency. The research method uses a quantitative descriptive method, the number of samples in the study is 100 respondents. The sampling technique uses a proportional random sampling technique. The data collection technique uses a questionnaire. Data analysis uses multiple linear regression. The results of the analysis show that X1 does not have a positive and significant effect on halal certification compliance with the resulting significance value of 0.075, ($0.075 < 0.05$), ($1.803 > 1.984$), the coefficient value of 0.232 which means a positive effect of 23.2% so that H_a is rejected and H_o is accepted. Religiosity X2 with the results of the t-test of 0.000 ($0.000 < 0.05$), the results of the t-test of 3.667 are greater than the r table ($3.667 > 1.984$). Producer Attitude (X3). Significance value $0.040 < 0.05$, calculated t value $>$ r table ($2.082 > 1.660$), so H_a is accepted and H_o is rejected, significance value $0.000 < 0.05$. And $f >$ f table ($46.691 > 2.37$), so H_a is accepted. From the Adjusted R Square value (determination coefficient) shows a value of 0.581 or 58.1% and the remaining 41.9% is influenced by other factors.

Keywords: Halal Label, Religiosity, Producer Attitude, Compliance with Halal Certification on Small and Medium Enterprises in Lumajang

A. PENDAHULUAN

Populasi pemeluk agama Islam dunia diperkirakan akan terus meningkat. Tahun 1990 jumlah umat islam mencapai 1,1 miliar. Selanjutnya, padatahun 2000 sebanyak 1,3 miliar dengan nilai pertumbuha 19,9% serta terus meningkat menjadi 21,6% saat tahun 2010. Pada tahun 2020 di proyeksikan mencapai 1,9 miliar dengan nilai pertumbuhan 23,4%. Kemudian di tahun 2030 mempunyai estimasi 2,2 miliar umat Islam dengan nilai pertubuhan 24,9%. Artinya , populasi kaum Muslim naik sebesar 26,4% dari total populasi penduduk bumi yang diperkirakan jumlahnya 8,3 miliar pada tahun 2030 dan sebanyak 2,7 miliar Muslim pada tahun 2050. Dengan ini menjadikan 29% penduduk dunia nantinya adalah Muslim.(Rasyid, 2020)

Sebagai seorang muslim yang tinggal di Negara mayoritas Muslim tentunya perlu memperhatikan kehalalan suatu produk, dengan berkembangnya teknologi yang dapat mendorong terciptanya produk-produk baru, yang membuat masyarakat harus selektif dalam memilih produk halal yang sesuai dengan syariat Islam.(Rasyid, 2020)

Tingkat konsumsi pangan halal dunia terus meningkat, saat ini konsumen semakin memperhatikan kehalalan produk makanan yang dikonsumsi mulai dari kehalalan proses pembuatannya maupun bahannya, sehingga adanya label halal saat ini memegang peranan yang penting dalam keputusan pembelian konsumen.(Mashudi, 2015)

Sertifikasi halal merupakan bentuk pengakuan dari kegiatan untuk mencapai standar halal. Sertifikasi halal pada produk dan jasa bertujuan untuk memberikan kepastian hukum terhadap status kehalalan, sehingga dapat mentransformasikan batin konsumen dalam mengkonsumsinya. Produk dan jasa yang telah dinyatakan halal akan mendapatkan sertifikat halal yang dikeluarkan oleh BPJPH sebagai badan pemerintah. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Produk halal telah tumbuh menjadi trend baru dalam dunia pemasaran. Sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen untuk memilih dan mengonsumsi suatu produk. Pengusaha UKM Indonesia menilai sertifikasi halal sebagai sarana untuk meningkatkan kepuasan, kepercayaan dan kepercayaan pelanggan. Dengan menerapkan sertifikasi halal, produsen akan meningkatkan pangsa pasar mereka sekaligus memperkuat daya saing industrinya.(Rasyid, 2020)

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur dan Pengembangan Kawasan Industri Halal (KIH) menjadi salah satu basis yang terus didorong dan didukung perkembangannya oleh pemerintah Provinsi Jawa Timur. Khususnya Jawa Timur memiliki potensi yang cemerlang sebagai hub industri halal atau pusat komoditas/produk/jasa unggulan. (Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, 2020) . Jawa Timur memiliki Usaha Mikro dan Kecil Menengah yang cukup besar. Provinsi Jawa Timur memiliki Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang cukup besar dengan presentase 60% adalah industri makanan dan minuman. Sedangkan 31% UMKM tersebut telah memiliki sertifikasi halal dan didominasi oleh sektor makanan dan minuman. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam pengembangan dan pertumbuhan ekonomi dalam suatu wilayah. Dukungan pemerintah sangat dibutuhkan bagi perkembangan UMKM. (Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, 2020)

Seiring dengan kebijakan pemerintah pusat yang berkonsentrasi pada ekonomi kerakyatan, pengembangan UMKM diperlukan termasuk Kabupaten Lumajang. Hal

ini sejalan dengan visi Pemerintah Kabupaten Lumajang yaitu terwujudnya masyarakat Lumajang yang sejahtera, melalui peningkatan perekonomian dan sumber daya manusia, yang dilandasi semangat kebersamaan, pemberdayaan masyarakat dan kewirausahaan. (Kabupaten Lumajang, 2020)

Dari potret potensi industri Kabupaten Lumajang tersebut tampak pengolahan pangan memiliki peran penting dan strategis dalam perekonomian masyarakat. Selama ini kesadaran atas konsumsi makanan dan minuman yang halal belum tertanam kuat di tengah-tengah masyarakat Kabupaten Lumajang, baik dari kalangan produsen, penjual ataupun konsumen. Kondisi tersebut memperlihatkan tentang pemahaman dan kesadaran yang kuat atas ketentuan konsumsi halal dalam Islam.

Pemahaman masyarakat terutama di Kabupaten Lumajang, akan kepatuhan atau hukum status halal suatu bahan makanan masih kurang. Masyarakat Muslim harus dilindungi haknya, yaitu hak untuk mendapatkan produk pangan yang halal. Cara melindungi yaitu dengan memberi label halal sebagai jaminan bahwa produk pangan itu memang halal menurut syariat Islam. Sebagaimana Ketentuan UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH), pada pasal 4 berbunyi:” produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Ketetapan itu berimplikasi bahwa semua atau setiap produk (makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika) yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.

Kemudian, kesadaran akan mengkonsumsi dan melaksanakan sertifikasi halal perlu ditingkatkan di tengah masyarakat khususnya kabupaten Lumajang. Itu juga diharapkan dengan peraturan pemerintah UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH), pada pasal 4 berbunyi:” produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal”. Ketetapan itu berimplikasi bahwa semua atau setiap produk (makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika) yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal, ini menyadarkan para pelaku usaha akan pentingnya sertifikasi halal pada produk usahanya dan berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat sekitar khususnya di Kabupaten Lumajang.

Berbicara mengenai ketaatan hukum, maka kita tidak dapat terlepas dari kesadaran hukum, karena keduanya mempunyai hubungan yang erat. Seseorang akan mudah muncul kepatuhan hukumnya, jika ia menyadari pentingnya hukum. Tidak mungkin seseorang dapat patuh terhadap hukum, jika ia tidak memahami hukum.

Peneliti memilih lokasi penelitian di Kabupaten Lumajang karena menurut data yang peneliti peroleh melalui wawancara dengan Bapak Mahrus di ketahui di Kabupaten Lumajang produk yang memiliki sertifikasi halal masih sangat rendah yaitu

berjumlah 34 UMKM, Kemudian peneliti melakukan observasi di berbagai supermarket, Restoran, dan toko-toko oleh-oleh Lumajang, diketahui bahwa sebagian besar produk makanan, minuman dan juga kerajinan tangan, tidak berlabel halal. Banyak ditemukan para pedagang rumah makan, produk kemasan dengan mantap dan percaya diri menuliskan 100% halal, yang mungkin karena pemiliknya adalah seorang Muslim dan beranggapan bahwa dari bahan yang di kelolanya tidak menggunakan bahan-bahan yang haram di konsumsi.

Dan alasan terakhir karena sudah banyak para peneliti yang meneliti tentang pengaruh label halal terhadap konsumen dalam memilih makanan dan minuman yang akan dikonsumsi, sehingga peneliti memilih meneliti tentang kepatuhan produsen UMKM dalam sertifikasi halal. Dari permasalahan diatas, maka penelitian ini bermaksud untuk melakukan analisis Pengaruh Label Halal, Religiusitas, dan Sikap Produsen Terhadap Kepatuhan Sertifikasi Halal Studi Pada UMKM Di Kabupaten Lumajang.

B. KAJIAN TEORI

1. Label Halal

a. Pengertian Label

Label merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari suatu produk yang digunakan untuk memberikan informasi mengenai suatu produk atau jasa. Menurut, label berisi nama atau merk produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kadaluarsa, isi, keterangan legalitas) (Wahyurini & Trianasari, 2020). Label mempunyai fungsi yaitu sebagai berikut: (Bulan, 2017)

- 1) Pengenal, yaitu label sebagai pengenal identitas.
- 2) Pembeda, yaitu label dapat menunjukkan kelas produk. Seperti pada produk buah peach yang diberi label A, B, C dan seterusnya
- 3) Penjelas, yaitu label berfungsi untuk menjelaskan tentang produsen, lokasi produksi, waktu produksi, komposisi produk dan cara penggunaan produk.
- 4) Promosi, yaitu melalui grafis yang menarik.

b. Pengertian Halal

Islam mengajarkan umat Islam untuk mengonsumsi produk Halal. Berdasarkan hukum Islam ada tiga kategori produk untuk Muslim yaitu halal, haram, dan *mushbooh*. Halal dalam bahasa Arab berarti Diizinkan, dapat digunakan, dan halal. Lawan kata halal adalah haram yang artinya tidak boleh, tidak boleh digunakan, dan haram menurut hukum. Sedangkan *mushbooh* (*syubha*, *Shubha*, dan *mashbuh*) artinya hitam putih, masih dipertanyakan, dan keraguan oleh karena itu sebaiknya umat Islam menghindarinya (Wajdi, 2019).

c. Pengertian Label Halal

Label halal salah satu poin yang sangat penting dalam penelitian ini. Label halal menurut Farid Wajdi dalam bukunya ialah informasi tertulis yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari setiap kemasan produk yang dicantumkan dalam label kemasan sehingga jaminan bahwa produk dalam kemasan tersebut tidak mengandung unsur haram untuk dimakan atau digunakan oleh umat Islam sejalan dengan persyaratan halal.(Wajdi, 2019). Penyantuman halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut berstatus halal.(Wahyurini & Trianasari, 2020)

d. Fungsi Label Halal

Menurut Mohd Khan Ayob dalam buku Farid Wajdi fungsi label halal adalah untuk menghindari keraguan konsumen dan memudahkan proses ekspor dan impor. Beliau juga berpendapat produk halal atau haram merupakan tanggung jawab semua pihak, seperti konsumen, pemerintah, pihak pelaku usaha dan penjual makanan dan organisasi konsumen. (Wajdi, 2019)

Jadi, menurut penjelasan diatas, label halal dalam suatu produk sangat penting. Label halal dimaksudkan melindungi konsumen Muslim dari makanan haram. Adanya label halal tidak saja memberi kemudahan bagi konsumen Muslim, tetapi juga mendorong suasana ketenteraman batin yang dapat meningkatkan semangat kerohanian konsumennya. Label halal menurut (Wahyurini & Trianasari, 2020) dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan: Dijelaskan bahwa sebuah informasi yang diketahui atau disadari oleh seseorang.
- 2) Kepercayaan: Suatu keadaan psikologis pada saat seseorang yang menganggap bahwa sesuatu yang dipercaya itu benar.
- 3) Penilaian Terhadap Labelisasi Halal: Merupakan suatu proses, cara, perbuatan menilai.

e. Proses Labelisasi Halal

Menjaga kehalalan produk ternyata bukan sesuatu yang mudah. Sedikit saja keतेledoran, dapat membuat produk halal berubah menjadi haram. Setiap pelaku usaha yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan, wajib mencantumkan label halal pada kemasan pangan (Rasyid, 2020).

2. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Religiusitas menurut Jumal dalam bukunya merupakan agama pada umumnya memiliki aturan dan kewajiban yang harus dipatuhi dan dijalankan oleh

pemeluknya (Ahmad, 2020). Menurut Gazalba seperti yang dikutip oleh Gufron dan Rini religiusitas berasal dari kata religi dalam bahasa latin “religio” yang akar katanya adalah religure yang berarti mengikat. Dengan demikian, mengandung makna bahwa religi atau agama pada umumnya memiliki aturan-aturan dan kewajiban- kewajiban yang harus dipatuhi dan dilaksanakan oleh pemeluknya.(Gufron & Risnawita S, 2016)

Jadi, dari pendapat diatas disimpulkan bahwa religiusitas merupakan salah satu elemen individu untuk bertindak, termasuk berperilaku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Glock dan stark dalam di kutip dari (Nurdin, 2020) dalam bukunya terdapat 5 indikator untuk mengukur religiusitas yaitu:

- a) Keyakinan (*belief*)
- b) Peribadatan (*ritual*).
- c) Penghayatan (*experience*
- d) Pengetahuan agama (*knowledge*).
- e) Pengalaman (*consequences*)

3. Sikap Produsen

a. Pengertian Sikap

Sikap (*attitude*) menurut Thomas yang dikutip dalam karya wawan dan dewi merupakan proses kesadaran yang sifatnya individual. Artinya proses ini terjadi secara subjektif dan unik pada diri setiap individu. Melalui sikap, kita memahami proses kesadaran yang menentukan tindakan nyata dan yang tindakan yang mungkin dilakukan individu dalam kehidupan sosialnya. (Wawan & Dewi, 2017).

Menurut Katz (lih.Second dan Backman) dalam buku (Wawan & Dewi, 2017), sikap mempunyai empat fungsi yaitu:

- 1) Fungsi instrumental atau fungsi penyesuaian atau fungsi manfaat.
- 2) Fungsi pertahanan ego
- 3) Fungsi ekspresi nilai
- 4) Fungsi Pengetahuan

Jadi, sikap itu mempunyai kecenderungan stabil, sekalipun itu dapat mengalami perubahan. Sikap itu dibentuk atau pun di pelajari dalam hubungannya dengan objek-objek tertentu.

Sikap menurut (Wawan & Dewi, 2017) terdiri dari beberapa indikator yaitu:

1) Menerima

Menerima diartikan bahwa orang (subyek) mau dan mempehatikan stimulus yang diberikan(obyek).

2) Merespon

Memberikan jawaban apabila ditanya, mengerjakan dan menyelesaikan

tugas yang diberikan adalah suatu indikasi sikap.

3) Menghargai

Mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan dengan orang lain terhadap suatu masalah adalah suatu indikasi sikap.

4) Bertanggung jawab

Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang telah dipilihnya dengan segala resiko adalah mempunyai sikap yang paling tinggi.

4. Perilaku Produsen

a. Perilaku Produsen Dalam Islam

1) Pengertian Produksi

Zainal berpendapat produksi merupakan mata rantai dari konsumsi, tanpa kegiatan produksi dan jasa tidak ada mata yang bias dikonsumsi (Zainal, 2018). Kemudian Menurut Rafsanjani dalam jurnal nya, berpendapat bahwa produksi merupakan suatu proses untuk menghasilkan barang dan jasa berdasarkan pada ketersediannya factor-faktor produksi, untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa dengan memperhatikan nilai keadilan dan kebajikan.(Rafsanjani, 2016)

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, tujuan produksi bukan mencari keuntungan maksimum belaka seperti konsep kapitalisme, namun lebih luas dari pada itu. Karena pada dasarnya produksi merupakan kegiatan menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen, maka tujuan produksi adalah sejalan dengan tujuan dari konsumsi itu sendiri.

2) Faktor-Faktor Produksi

Menurut (Rafsanjani, 2016) berpendapat bahwa faktor produksi merupakan semua unsur yang menopang usaha penciptaan nilai atau usaha memperbesar nilai barang. Filosofi ekonomi memberikan pemikiran dengan nilai-nilai Islam dan batasan-batasan syariah, sedangkan ilmu ekonomi berisi alat-alat analisis ekonomi yang dapat digunakan

Dengan kata lain, factor produksi ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional tidak berbeda yang secara umum dapat dinyatakan dalam (Zainal, 2018):

a) Faktor produksi tenaga kerja

b) Faktor produksi Modal

c) Faktor produksi bahan baku dan bahan penolong

Diantara ketiga faktor tersebut, factor produksi modal memerlukan perhatian khusus karena dalam ekonomi konvensional diberlakukan sistem bunga. Pemberian Bunga terhadap modal ternyata membawa dampak yang luas bagi tingkat efisiensi produksi.

5. Kepatuhan Sertifikasi Halal

a. Pengertian Kepatuhan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian kepatuhan adalah ketaatan, bersikap tunduk.. Mengadopsi dari penelitian (Sari & Sulistyowati, 2020), ada 4 (empat) indikator dari kepatuhan hukum yaitu:

- 1) Pengetahuan tentang peraturan-peraturan hukum (*law awareness*); Pengetahuan disini maksudnya adalah pengetahuan seseorang berkenaan dengan perilaku tertentu yang diatur oleh hukum tertulis, yaitu tentang apa yang dilarang atau apa yang diperbolehkan.
- 2) Pengetahuan tentang isi peraturan-peraturan hukum (*law acquaintance*); Siakp hukum merupakan sejumlah informasi yng dimiliki seseorang tentang isi dari aturan hukum (tertulis), yaitu tentang isi, tujuan, dan manfaat dari peraturan tersebut.
- 3) Sikap terhadap peraturan peraturan hukum (*legal attitude*); Sikap hukum disini memiliki arti bahwa suatu kecenderungan untuk menerima atau menolak hukum karena adanya penghargaan bahwa hukum tersebut bermanfaat atau tidak bermanfaat bagi kehidupan manusia.
- 4) Pola-pola perilaku hukum (*legal behavior*); Perilaku hukum merupakan tentng berlaku tidaknya uatu hukum dalam masyarakat. Jika berlaku suatu aturan huku, sejauh mana berlakunya dan sejauh mana masyarakat memetuhinya

Jika keempat indikator tersebut sudah terpenuhi maka dapat dikatakan kesadaran suatu masyarakat akan hukum cukup tinggi. Begitupun sebaliknya, jika hanya satu atau dua indikator saja yang terpenuhi maka kesadaran hukum suatu masyarakat belum baik dan maksimal.

b. Pengertian Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal merupakan pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJH) berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Menurut (Wajdi, 2019) berpendapat bahwa sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang (BPOM). Oleh karena itu, setiap pelaku usaha yang memproduksi atau memasukkan ke dalam Wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan, wajib mencantumkan label pada kemasan pangan.

c. Tinjauan tentang Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal

Selama ini upaya pemerintah dan pelaku usaha untuk melindungi umat dari mengonsumsi produk yang tidak halal dan untuk mendukung hak informasi konsumen agar mengetahui kehalalan produk sudah berjalan dengan baik, yaitu melalui sertifikasi halal dari MUI dan dengan mencetak langsung tanda halal pada label halal. urgensi dari kehadiran UU Jaminan Produk Halal dapat dilihat sebagai jawaban atas penantian panjang umat Islam di Indonesia atas kepastian hukum mengonsumsi produk halal. UU Jaminan Produk Halal sangat diperlukan dalam usaha melindungi konsumen muslim dalam negeri, termasuk juga mendorong transformasi industri halal di Indonesia (Wajdi, 2019).

C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, karena data penelitian berupa angka-angka dan menggunakan teknik analisis statistik untuk mengukur variabel yang diteliti (Sugiono, 2019). Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 22.

Populasinya dalam penelitian ini adalah Pelaku UMKM di 5 kecamatan di Kabupaten Lumajang yang sudah terdata di Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lumajang dengan total jumlah 10.087 UMKM. Metode Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel. (Sugiono, 2019)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus slovin, karena UMKM yang ada di Kabupaten Lumajang populasinya ada 5 Kecamatan, maka dari masing-masing Kecamatan akan diambil beberapa sampel UMKM sesuai dengan jumlah UMKM di Kecamatan tersebut dengan taraf kesalahan 10%. Hasil yang didapatkan dari masing-masing proposional stratified random sampling adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Populasi dan Sampel penelitian

Jenis Usaha	Populasi	Sampel
Makanan Ringan	5.900	83
Minuman	2.300	1
Makanan Berat	1.887	16
Jumlah	10.087	100

Jadi, pengambilan sampel dari populasi penelitian dilakukan dengan teknik pengambilan sampel proporsionate stratified random sampling. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti menggunakan angket.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Peneliti memberikan 5 pilihan jawaban yaitu: Tidak Setuju (TS) diberi skor 1, Kurang Setuju (KS) diberi skor 2, ragu-ragu (RG) diberi skor 3, Setuju (S) diberi skor 4, Sangat Setuju (SS) diberi skor 5.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Adapun r tabel dalam penelitian ini adalah sebesar 0,1654 yang didapat dari hasil perhitungan dengan melihat tabel r *product moment* seperti yang sudah terlampir dalam lampiran dengan sebesar $100 - 2 = 98$. Sehingga didapatkan hasil uji coba validitas instrumen sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Pertanyaan	Nilai r_{tabel}	Nilai r_{hitung}	Keterangan
Label Halal (X1)	X1.1	0,1654	0,774	Valid
	X1.2	0,1654	0,821	Valid
	X1.3	0,1654	0,731	Valid
Religiusitas(X2)	X2.1	0,1654	0,665	Valid
	X2.2	0,1654	0,721	Valid
	X2.3	0,1654	0,811	Valid
	X2.4	0,1654	0,768	Valid
	X2.5	0,1654	0,721	Valid
Sikap Produsen (X3)	X3.1	0,1654	0,559	Valid
	X3.2	0,1654	0,718	Valid
	X3.3	0,1654	0,779	Valid
	X3.4	0,1654	0,761	Valid
Kepatuhan Sertifikasi Halal (Y)	Y.1	0,1654	0,554	Valid
	Y.2	0,1654	0,786	Valid
	Y.3	0,1654	0,824	Valid
	Y.4	0,1654	0,740	Valid

Sumber: *output SPSS 22, 2022*

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa variable Label halal, Religiusitas, dan sikap produsen terhadap kepatuhan sertifikasi halal memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,1654. Berikut adalah hasil uji reliabilitas dari variabel label halal, religiusitas, dan sikap terhadap kepatuhan sertifikasi halal, dengan 100 responden.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	α ketetapan	Keterangan
1.	Label Halal (X1)	0,663	0,60	Reliabel
2.	Religiusitas(X2)	0,791	0,60	Reliabel
3.	Sikap Produsen(X3)	0,683	0,60	Reliabel
4.	Kepatuhan (Y)	0,713	0,60	Reliabel

Sumber: *output SPSS 22, 2022*

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa dari pertanyaan-pertanyaan yang telah disebar kepada responden menunjukkan koefisien *Cronbach's Alpha* pada variable Label Halal (X1) sebesar $0,663 > 0,60$. Koefisien *Cronbach's Alpha* pada variable Religiusitas (X2) sebesar $0,791 > 0,60$. Koefisien *Cronbach's Alpha* pada variable sikap produsen sebesar $0,683 > 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner dapat dikatakan reliable, artinya instrument tersebut memiliki akurasi dan konsistensikuesioner dalam mengukur variable.

Perhitungan statistik yang digunakan dalam analisi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *SPSS* versi 22. Hasil pengolahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 ^a	.593	.581	2.06533

a. Predictors: (Constant), SIKAP PRODUSEN, LABEL HALAL, RELIGIUSITAS

b. Dependent Variable: KEPATUHAN

Sumber: Data diolah dengan *SPSS 22, 2022*

Adapun nilai f tabel dalam penelitian ini adalah 2,70. Nilai tersebut didapatkan dari $df=n-k=100-3=94$. Nilai k merupakan jumlah variabel bebas dan terikat. Berikut adalah hasil pengujian dengan menggunakan *SPSS* :

Tabel 5. Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	597.495	3	199.165	46.69 1	.000 ^b
	Residual	409.495	96	4.266		
	Total	1006.990	99			

a. Dependent Variable: Kepatuhan Sertifikasi Halal

b. Predictors: (Constant), Sikap Produsen, Label Halal, Religiusitas

Sumber Data: diolah dengan SPSS 22. 2022

Membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} sebagai berikut: $t_{hitung} > t_{tabel}$ = berpengaruh signifikan (Ha diterima, Ho ditolak) $t_{hitung} < t_{tabel}$ = tidak berpengaruh signifikan (Ha diterima, Ho ditolak) adapun nilai t tabel dalam penelitian ini adalah 1,660 nilai tersebut didapatkan dari $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$ dengan signifikansi 0,05. Adapun hasil dari uji t ini adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t					
B	Std. Error	Beta	Sig.	Collinearity Statistics	Tolerance	VIF	
(Constant)	2.057	1.113		1.848	.068		
Label Halal	.232	.129	.175	1.803	.075	.452	2.214
Religiusitas	.337	.092	.427	3.667	.000	.313	3.195
Sikap Produsen	.247	.119	.237	2.082	.040	.328	3.052

a. Dependent Variable: Kepatuhan

Sumber data : diolah spss 22

Adapun besar pengaruh yang diberikan oleh variabel dependen terhadap variabel independen dapat diketahui dari besar koefisien determinasi. Adapun hasil pengujiannya adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 ^a	.593	.581	2.06533

a. Predictors: (Constant), Sikap Produsen, Label Halal, Religiusitas

b. Dependent Variable: Kepatuhan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22. 2022.

2. Pembahasan

a. Pengaruh Label Halal Terhadap Kepatuhan Sertifikasi Halal

Berdasarkan uji hipotesis (H_1) membuktikan bahwa nilai signifikansi diperoleh $0,075 > 0,05$, dan t hitung lebih kecil dari t tabel ($1,803 > 1,984$), sehingga dapat dikatakan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima. Adapun nilai koefisien sebesar 0,175 yang berarti berpengaruh positif sebesar 17,5 %. Sehingga dapat dikatakan bahwa Label halal berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap kepatuhan sertifikasi halal pada UMKM di Kabupaten Lumajang.

Kemudian, dibuktikan dengan pernyataan responden terkait indikator pengetahuan berdasarkan variabel label halal yaitu memiliki pengetahuan cukup untuk membedakan antara logo/ label halal yang resmi dan tidak resmi terdiri atas 0,00% menyatakan sangat setuju, 30% menyatakan setuju, 54% menyatakan ragu-ragu, 15% menyatakan tidak setuju, 1% menyatakan sangat tidak setuju. Jadi, sebagian besar responden ragu-ragu bahwa dengan indikator Pengetahuan, yaitu memiliki pengetahuan cukup untuk membedakan antara logo/ label halal yang resmi dan tidak resmi.

Ditambah pendapat dari Ibu Halima penjual keripik pisang, menjelaskan bahwa pelaku usaha mayoritas mengetahui label atau logo halal pada kemasan produk yang berbentuk tulisan 100% halal, dan berasumsi bahwa dengan label atau logo tersebut sudah meyakini dan percaya bahwa produk yang di kemas atau dikonsumsi itu halal. Dengan adanya hal tersebut tidak mendorong pelaku usaha untuk melakukan sertifikasi halal dan pencantuman label halal atas produknya karena sudah yakin dan percaya bahwa dengan adanya tulisan yang berbentuk halal yang bukan merupakan logo yang diterbitkan pemerintah sudah menjamin kehalalannya, dan untuk label atau logo yang resmi di terbitkan oleh pemerintah sebagian responden atau pelaku usaha tidak mengetahui dan sebagian sudah mengetahui

Hal ini sejalan dengan teori tentang labelisasi halal menurut Mohd Khan Ayob dalam buku Farid Wajdi fungsi label halal yaitu untuk menghindari keraguan konsumen dan memudahkan proses ekspor dan impor. Beliau juga berpendapat produk halal atau haram merupakan tanggung jawab semua pihak, seperti konsumen, pemerintah, pihak pelaku usaha dan penjual makanan dan organisasi konsumen.

Jadi, hasil analisis diatas menunjukkan bahwa variabel label halal berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap kepatuhan sertifikasi halal studi pada UMKM di Kabupaten Lumajang. Masyarakat Muslim harus dilindungi haknya, yaitu hak untuk mendapatkan produk pangan yang halal. Cara melindungi yaitu dengan memberi label halal sebagai jaminan bahwa produk pangan itu memang halal menurut syariat Islam.

b. Pengaruh Religiusitas Terhadap Kepatuhan Sertifikasi Halal

Berdasarkan uji t membuktikan bahwa religiusitas terdapat pengaruh terhadap kepatuhan sertifikasi halal. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan SPSS 22,0. Dimana nilai signifikansi yang dihasilkan 0,000 ($0,000 < 0,05$), Akan tetapi hasil uji t hitung sebesar 3,667 lebih besar dari r tabel ($3,667 > 1,984$). Adapun nilai koefisien sebesar 0,427 yang berarti berpengaruh positif sebesar 42,7 %. Sehingga

dapat dikatakan bahwa H_2 diterima dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepatuhan sertifikasi halal pada UMKM di Kabupaten Lumajang.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lisa Adriani, dengan penelitian berjudul Pengaruh Islamic Religiosity dan Halal Knowledge terhadap Purchase Intention Kosmetik Halal Dimediasi oleh Attitude terhadap Produk Halal di Indonesia, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan. Semakin tinggi religiusitas akan semakin membentuk sikap yang positif.

Kemudian Menurut Saheri Eko Mulyono wirasusahawan di kabupaten Lumajang, berpendapat bahwa religiusitas dapat diwujudkan dalam segala aspek kehidupan, baik aktivitas yang nampak dan tidak nampak. Religiusitas yang dimiliki seseorang sangat berdampak terhadap keputusan produsen maupun konsumen. Umat Islam atau masyarakat yang religious akan mempertimbangkan Islam sebagai pedoman hidup mereka, ada beberapa factor yang mempengaruhi religiusitas terhadap kepatuhan sertifikasi halal pada UMKM di kabupaten Lumajang, yaitu pengetahuan agama, religiusitas memang sudah diterapkan dan mengetahui bahwa dalam Islam diwajibkan untuk mengkonsumsi makanan yang halal lagi baik, namun hal itu dilakukan hanya untuk melaksanakan anjuran sebagai umat yang beragama

Jadi, hasil analisis diatas menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepatuhan sertifikasi halal pada UMKM di Kabupaten Lumajang. Semakin baik tingkat religiusitas maka akan semakin membentuk sikap yang positif produsen maupun konsumen.

c. Pengaruh Sikap Produsen Terhadap Kepatuhan Sertifikasi Halal

Berdasarkan hasil dari uji t bahwa Sikap Produsen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan sertifikasi halal. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan SPSS 22,0. Variable Sikap Produsen (X3) didapatkan nilai signifikansi $0,040 < 0,05$, akan tetapi nilai t hitung lebih besar dari r tabel ($2,082 > 1,660$), sehingga dapat dikatakan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Adapun nilai koefisien sebesar 0,237 yang berarti berpengaruh positif sebesar 23,7% sehingga dapat dikatakan bahwa sikap produsen berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepatuhan Sertifikasi halal pada UMKM di Kabupaten Lumajang.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Norazah Mohd Suki, dan Nurbahaya Mohd Suki. Dengan judul penelitian “Norazah Mohd Suki, dan Nurbahaya Mohd Suki, dengan judul penelitian “Halal Cosmetic Product : *Do knowledge and Religiosity Affect Consumer's Attitude and*

Intention to Use?” . mengungkapkan bahwa dukungan sangat kuat untuk H3, yang menunjukkan bahwa sikap mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan produk kosmetik halal ($\beta_3 = 0,826$, nilai $t = 29,334$, $p < 0,05$).

Sikap seseorang bisa berubah, terutama seorang produsen yang merupakan titik pemasar, penting mengetahui sikap konsumen agar bisa menerapkan strategi pemasaran yang tepat, seperti mengubah keyakinan atau kepercayaan pada produk, salah satu caranya adalah mengklaim produk perusahaan mempunyai kelebihan salah satunya dengan melakukan sertifikasi halal, kemudian hasil akhir dari sertifikasi halal tersebut akan mendapatkan izin pencantuman label halal yang mana produk yang di produksi oleh produsen akan mempunyai nilai positif dan dengan adanya kelebihan tersebut, maka akan meningkatkan daya saing produk dipasarkan, sehingga dengan adanya sikap produsen tersebut akan mempengaruhi kepatuhan pelaksanaan sertifikasi halal.

d. Pengaruh Label Halal, Religiusitas, dan Sikap Produsen Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Kepatuhan Sertifikasi Halal

Hasil Uji f di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dan f hitung lebih besar dari f tabel ($46,691 > 2,37$), sehingga H_a diterima. Dari nilai *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) menunjukkan nilai sebesar 0,581 atau 58,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel label halal, religiusitas dan sikap produsen mempengaruhi variabel kepatuhan sertifikasi halal sebesar 58,1% dan sisanya 41,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dapat diketahui bahwa variabel label halal (X_1), Religiusitas (X_2) dan Sikap Produsen (X_3) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepatuhan sertifikasi halal (Y).

Sejalan dengan pendapat Lisa Adriani berpendapat bahwa masyarakat yang menganut Agama Islam dengan tingkat religiusitas yang tinggi biasanya akan memiliki niat yang lebih kuat untuk memproduksi atau membeli produk yang halal, sehingga menghasilkan respon positif untuk mengkonsumsinya. Responden menjadi peduli dan sadar bahwa segala sesuatu yang digunakan harus halal agar memberikan dampak yang positif untuk kehidupan di masa depan. Produsen yang memiliki pengetahuan tentang suatu produk akan mempengaruhi mereka untuk menerima atau menolak penggunaan bahan atau produk.

Hal ini disebabkan Label Halal, Religiusitas dan Sikap Produsen terhadap Kepatuhan Sertifikasi Halal bersama-sama mempengaruhi Kepatuhan Sertifikasi Halal Studi pada UMKM Di Kabupaten Lumajang.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Label Halal, Religiusitas, dan Sikap Produsen terhadap Kepatuhan Sertifikasi Halal Studi Pada UMKM Di Kabupaten Lumajang, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Label halal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan sertifikasi halal studi pada UMKM di Kabupaten Lumajang. Dapat ditarik kesimpulan label halal berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap kepatuhan sertifikasi halal studi pada UMKM di Kabupaten Lumajang.
- 2) Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan sertifikasi halal studi pada UMKM di Kabupaten Lumajang. Sehingga dapat dikatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, dapat ditarik kesimpulan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepatuhan sertifikasi halal pada UMKM di Kabupaten Lumajang.
- 3) Sikap Produsen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan sertifikasi halal studi pada UMKM di Kabupaten Lumajang. Sehingga dapat dikatakan bahwa sikap produsen berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepatuhan Sertifikasi halal pada UMKM di Kabupaten Lumajang.
- 4) Label Halal, Religiusitas dan Sikap Produsen terhadap kepatuhan sertifikasi halal studi pada UMKM di Kabupaten Lumajang . Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel label halal (X_1), Religiusitas (X_2) dan Sikap Produsen (X_3) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepatuhan sertifikasi halal (Y).

Berdasarkan hasil penelitian, rekomendasi praktik yang direkomendasikan penulis yaitu bahwa dalam penelitian ini menemukan variabel label halal berpengaruh positif tapi tidak signifikan. Terhadap variabel kepatuhan sertifikasi halal. Ada beberapa factor yang mempengaruhi dukungan dan hambatan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan sertifikasi halal studi pada UMKM di Kabupaten Lumajang yaitu ada 2 tipe perilaku produsen diantaranya apatis dan rasionalis. Sebagian pelaku usaha miliki sikap apatis dalam hal pencantuman label halal, dikarenakan pelaku usaha meyakini dengan adanya label halal yang hanya berbentuk tulisan 100 % halal, pelaku usaha maupun konsumen menyatakan kehalalan dalam produk yang dipilih. Jadi, untuk pelaku usaha atau produsen selalu mengedepankan sertifikasi dan labelisasi halal dengan mencantumkan label halal di setiap produk agar supaya mendorong pertumbuhan ekonomi dan dapat menambah kepercayaan dan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, J. (2020). *Religiusitas, Refleksi, dan Subjektivitas Keagamaan*. Deepublish.
- Bulan, T. P. L. (2017). Pengaruh Label Halal Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kinder Jor Pada Masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Keuangan, Vol 6. No.2*.
- Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur. (2020). *Jawa Timur Terus Dorong Pengembangan Kawasan Industri Halal*. <https://disperindag.jatimprov.go.id/post/detail?content=jawa-timur-terus-dorong-pengembangan-kawasan-industri-halal>
- Gufron, M. N., & Risnawita S, R. (2016). *Teori-teori Psikologi*. Ar-Ruzz Media.
- Kabupaten Lumajang. (2020). Visi Misi Pemerintah Kabupaten LUMAJANG. [Lumajangkab.go.id](https://lumajangkab.go.id). <https://lumajangkab.go.id/main/visi-misi>
- Mashudi. (2015). *Konstruksi Hukum Dan Respon Masyarakat Terhadap Sertifikasi Produk Halal*. Pustaka Pelajar.
- Nuridin. (2020). *Islamic Marketing (Sebuah Pengantar)*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Rafsanjani, H. (2016). Etika Produksi Dalam Kerangka Maqhasid Syariah. *Jurnal Perbankan Syariah, Vol 1. No.2 November*.
- Rasyid, A. (2020). *Serifikasi Halal, Fatwa MUI Dan Kaitannya dengan Kesadaran Hukum di Masyarakat*. Haura Utama.
- Sari, M. K., & Sulistyowati, E. (2020). Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Mikro Kecil menengah Baerkaitan Kepemilikan Sertifikasi Halal Pada Olahan Pangan. *Jurnal Hukum, Vol 7. No. 1 Januari*.
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen, 4 No. 1*.
- Wajdi, F. (2019). *Jaminan Produk Halal Di Indonesia, Urgensi Sertifikasi Dan Labelisasi Halal*. Rajawali Pers.
- Wawan, A., & Dewi, M. (2017). *Pengetahuan, Sikap, Dan Perilaku Manusia*. Nuha Medika.
- Zainal, V. R. (2018). *Ekonomi Mikro Islam*. Bumi Aksara.