

Pengaruh Label Halal dan Wom (*Word Of Mouth*) Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Sambal Petis Mbak Emil Di Kabupaten Tuban

Moch Vicky Sandhika Pratama

Politeknik Negeri Malang

Email: vickysandhika@gmail.com

Abstract The inclusion of a halal label is important not only for consumers but also for producers. Having halal certification for a product is a source of reassurance for consumers who are still unsure about the halalness of the product. Based on observations, Mbak Emil's Sambal Petis already has a halal label but has not yet been displayed by the public through media. This research aims to test whether halal labels and word of mouth influence purchasing decisions. The type of research used is quantitative research. Data collection techniques use primary data through questionnaires. The population of this research is consumers of Mbak Emil's Sambal Petis. The sample method used is non-probability sampling. The number of respondents used as a sample was 45 sample respondents using the formula number of samples = number of indicators x (5 to 10) as the multiplier. Data analysis uses questionnaire tests, descriptive analysis, classical assumption tests, multiple regression analysis, heteroscedasticity tests, determinant analysis and hypothesis testing. The results of this research show that the halal label, word of mouth has a positive effect on purchasing decisions for Mbak Emil's Sambal Petis product partially and simultaneously with a strong contribution. The conclusion of this research is that there is a relationship between the halal label and word of mouth which has a positive influence on the decision to purchase Mbak Emil's Sambal Petis product, then for suggestions through the inclusion of the halal label and word of mouth and because of the stories or information submitted by other consumers and recommendations from other people. correctly, can influence consumer purchasing decisions.

Keywords: Halal Label, Word Of Mouth, Purchase Decision

Abstrak Pencantuman label halal itu penting bukan hanya untuk konsumen tetapi juga bagi produsen. Adanya sertifikasi halal dalam suatu produk menjadi ketentraman sendiri bagi konsumen yang masih ragu akan kehalalan produk tersebut. Berdasarkan pengamatan Sambal Petis Mbak Emil sudah memiliki label halal akan tetapi masih belum menunjukkan oleh suatu masyarakat lewat suatu media. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah label halal dan word of mouth berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer melalui kuesioner. Populasi penelitian ini ialah konsumen Sambal Petis Mbak Emil. Metode sampel yang digunakan adalah non-probability sampling. Jumlah responden yang dijadikan sampel yaitu sebanyak 45 sampel responden dengan menggunakan rumus Jumlah sampel = jumlah indikator x (5 sampai 10) sebagai pengalinya. Analisa data menggunakan uji kuesioner, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji heteroskedasitas, analisis determinan dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label halal, word of mouth berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Sambal Petis Mbak Emil secara parsial dan simultan dengan kontribusi yang kuat. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa ada hubungan antara label halal, word of mouth berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Sambal Petis Mbak Emil kemudian untuk saran melalui pencantuman label halal dan word of mouth dan karena cerita atau informasi yang disampaikan konsumen lain dan rekomendasi dari orang lain disampaikan dengan benar, dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

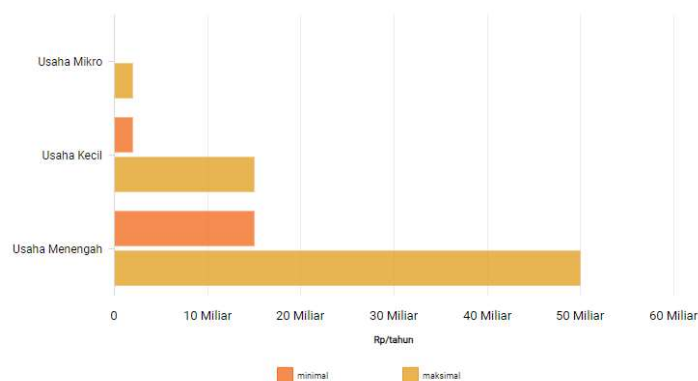
Kata Kunci: Label Halal, Word Of Mouth, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

UMKM merupakan kunci keberhasilan pelaku usaha dalam menjalankan proses pembangunan nasional. Di era revolusi 5.0 saat ini UMKM sedang menghadapi situasi perekonomian yang sulit. Apalagi di tengah pandemi Covid-19 perubahan teknologi menjadi tantangan bagi pelaku bisnis. Perubahan teknologi yang tumbuh pesat membuat persaingan bisnis menjadi ketat, dimana arus perdagangan berkompetisi dagang dari segala bidang baik

secara global, regional, maupun domestik. UMKM memiliki peran penting dalam penyerapan tenaga kerja sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat.

Bisnis UMKM sekarang mulai meningkat di Indonesia. Karena pada tahun 2023 Indonesia memperhatikan UMKM dalam upaya memperkuat sektor ekonomi negara. UMKM di Indonesia memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkembang. Dalam beberapa tahun terakhir, upaya pemerintah dalam memberikan akses keuangan yang lebih mudah dan pembiayaan yang terjangkau telah memberikan dorongan positif. Program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan inisiatif pembiayaan lainnya telah membantu UMKM dalam memperoleh modal yang dibutuhkan untuk meningkatkan skala operasi mereka.



Gambar 1. Kriteria UMKM

Sumber: Databoks (2023)

Dari data diatas dapat dijelaskan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah alias UMKM memiliki peran yang sangat besar bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia. Pada tahun 2022, Indonesia memiliki jumlah UMKM terbanyak di kawasan ASEAN. Dengan pendapatan hampir 50 Miliar per tahun. Untuk meningkatkan keputusan pembelian, UMKM harus memiliki keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif menjadi salah satu faktor penting dalam dunia bisnis. Hal ini karena bisnis harus memiliki sesuatu yang membedakan dari pesaing untuk memenangkan persaingannya. Hal itu bertujuan agar bisnis yang dilakukan mencolok dan membuktikan pada pelanggan bahwa produk atau jasa kita merupakan pilihan yang tepat.

Islam mengajarkan supaya mengkonsumsi makanan yang halal dan juga baik. Selain itu, Islam juga memerintahkan umat muslim untuk mengkonsumsi makanan yang halal dan baik. Makanan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam dan pengelolaannya dilakukan sesuai dengan hukum Islam. Sedangkan produksi pangan adalah kegiatan atau proses menghasilkan, menyiapkan, mengolah, membuat, mengawetkan, mengemas kembali atau mengubah bentuk pangan

(Zulham, 2013). Saat ini, praktek *home industry* banyak dilakukan oleh masyarakat, terutama masyarakat kalangan menengah ke bawah. Hal ini dilakukan untuk menambah pemasukan ekonomi mereka. Salah satu daerah yang melakukan praktek kegiatan *home industry* petis ikan ini adalah warga Kabupaten Tuban. Makanan tradisional ini dapat diartikan sebagai makanan yang biasa dikonsumsi masyarakat menurut kebudayaan dan wilayah tertentu, dimana makanan tradisional ini berasal dari resep leluhur wilayah tersebut.

Salah satu makanan tradisional ini adalah petis ikan dan petis udang. Makanan ini merupakan salah satu pangan tradisional yang termasuk bahan pangan perasa yang memberi aroma pada makanan atau bahan pangan yang digunakan karena rasanya yang khas cenderung asin dan mempunyai tampilan yang cenderung cerah dan warnanya lebih merah kecoklatan. Masyarakat sering menggunakan petis sebagai bumbu masakan dalam makanan sehari-hari seperti rujak buah, rujak lontong, sambal kripik singkong dan makanan lain asli Madura. Petis sudah banyak disukai oleh masyarakat khususnya masyarakat Tuban karena selain dapat menambah cita rasa juga mempunyai nilai gizi yang tinggi, harga relatif murah dan daya cernanya tinggi. Selain itu petis ikan ini sudah beredar di luar Tuban.

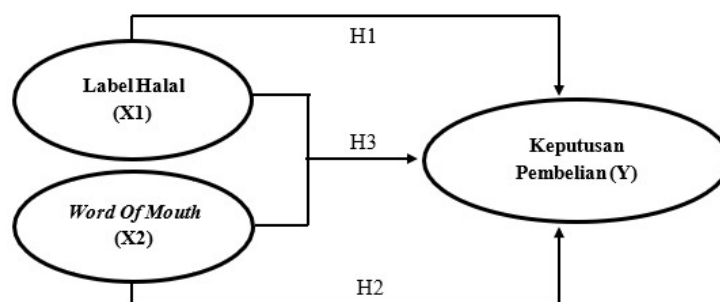
Perusahaan harus Kompetitif dan bersaing dengan produk lain dengan menerapkan berbagai strategi bisnis untuk meningkatkan penjualan. Omset dari Sambal Petis Mbak Emil sendiri juga sempat naik turun, namun hal tersebut diatasi dengan berbagai strategi pemasaran di antaranya dengan *Word of Mouth* (WOM). Sambal Petis Mbak Emil telah menerapkan strategi ini sejak lama dan berpengaruh pada kenaikan omset. Kepuasan dari pelanggan Sambal Petis Mbak Emil menjadikan strategi pemasaran melalui *Word of Mouth* semakin mudah. Banyaknya pelanggan yang menceritakan pengalamannya mencoba Sambal Petis Mbak Emil ke orang lain, mempermudah orang lain terpengaruh untuk mencoba produk Mbak Emil tersebut.

Keseimbangan strategi WOM akan semakin berjalan lancar apabila konsumen mengetahui produk tersebut telah mendapatkan ijin Halal. Label halal juga sebagai parameter utama dalam proses penjualan produk. Pengaruh WOM dengan label halal sangat berdampak besar bagi masyarakat khususnya wilayah Kabupaten Tuban. Namun sayangnya 93,3% konsumen adalah mereka yang kurang atau bahkan tidak memperdulikan kelengkapan label produk seperti tercantumnya label halal pada kemasan (Fitriah dan Kusumadinata, 2017). Badan Pusat Statistik (BPS) juga telah menyebutkan bahwa produk makanan yang bersertifikat halal lebih aman untuk dikonsumsi karena terhindar dari kandungan zat berbahaya. Kondisi ini disebabkan terutama karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman, yang menyebabkan kurangnya kesadaran dan ketidakpedulian dari Sebagian besar masyarakat Muslim (Husna,

2016). Hal itu dikarenakan orang akan mudah merekomendasikan produk tersebut ke orang lain jika dia percaya akan produk tersebut. Dengan begitu, maka penjualan hasil olahan khas Kabupaten Tuban ini akan berjalan dengan lancar.

Perumusan Hipotesis

Peneliti membuat kerangka konseptual yang menjadi acuan dalam menentukan arah penelitian yang dilakukan seperti berikut:



Gambar 2. Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar 2 kerangka pikir di atas, penelitian menjelaskan bahwa untuk pengaruh label halal, pengaruh wom, dan keputusan pembelian yang merupakan variabel dari penelitian terhadap keputusan pembelian Sambal Petis Mbak Emil di wilayah Kabupaten Tuban.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Sambal Petis Mbak Emil khususnya pada sektor UMKM di Kabupaten Tuban dengan jumlah populasinya yang tidak dapat diketahui. Metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Berdasarkan hasil perhitungan, sampel yang digunakan penelitian ini sebanyak 45 responden konsumen Sambal Petis Mbak Emil. Teknik pengambilan sampel dengan penyebaran kuisioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis menggunakan analisis regresi yang pada dasarnya studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk memberikan estimasi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan mengenai penelitian atas data empiris sehubungan dengan hipotesis yang diajukan, yaitu mengenai pengaruh label halal dan word of mouth terhadap keputusan pembelian Sambal Petis Mbak Emil. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel akan dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Sambal Petis Mbak Emil

Berdasarkan analisis deskriptif bahwa konsumen setuju dengan pemberian label halal dalam produk Sambal Petis Mbak Emil. Sejalan dengan perhitungan tersebut dapat dibandingkan bahwa nilai t-hitung variabel label halal adalah $3,206 >$ nilai t-tabel $1,683$ dan nilai Sig. sebesar $0,002 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sambal Petis Mbak Emil.

Anjuran untuk menggunakan produk halal dijelaskan dalam Al Qur'an dan perintah langsung dari Allah SWT yang bertujuan demi kemaslahatan umatnya. Informasi mengenai halal pada produk yang dipasarkan di Indonesia sangat penting dan dirancang untuk melindungi umat muslim dari mengkonsumsi produk yang tidak halal. Melalui penerapan standar halal, produk mempunyai standar kualitas yang jelas dan memberi fungsional yang lebih kepada pelanggan. Produk yang mempunyai label halal akan memberi kenyamanan batin untuk penggunaannya. Sebab tidak ragu-ragu lagi karena bahan yang dipakai serta proses produksinya dilakukan dengan benar.

Label halal pada kemasan produk dan di toko akan meningkatkan harga produk tersebut. Karena perusahaan harus menanggung biaya tambahan untuk mendapatkan sertifikat halal dan memilih bahan baku yang baik bagi kesehatan dan terhindar dari bahan yang haram Sehingga produk yang bersertifikat halal dapat masuk ke pangsa pasar muslim dan menjadi pilihan alternatif bagi konsumen muslim.

Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Sambal Petis Mbak Emil

Berdasarkan analisis deskriptif bahwa konsumen setuju dengan pemberian informasi tentang Sambal Petis Mbak Emil melalui *word of mouth*. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibandingkan bahwa untuk nilai t-hitung variabel label halal adalah $2,077 >$ nilai t-tabel $1,683$ dan nilai Sig. sebesar $0,001 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sambal Petis Mbak Emil.

Word of Mouth adalah promosi dari mulut ke mulut dimana konsumen berperan sebagai pemasar secara tidak langsung. Pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian

diharapkan dapat memudahkan seseorang untuk menentukan keputusan pembelian agar dapat mengurangi risiko dan tingkat kesalahan dalam melakukan pembelian. *Word of mouth* dianggap lebih kredibel dan efektif karena disampaikan oleh seseorang yang dipercaya konsumen seperti keluarga, pasangan, teman, dll. Dalam penelitian ini variabel *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan karena cerita atau informasi yang konsumen lain sampaikan dan rekomendasi dari orang lain tersampaikan dengan benar, sehingga *word of mouth* dapat mempengaruhi konsumen. Produsen sebaiknya lebih gencar mempromosikan produknya melalui media sosial dan memberi promo yang menarik sehingga konsumen merekomendasikan kepada konsumen lain dan lebih memperhatikan aspirasi komentar secara langsung maupun dari sosial media.

Pengaruh Label Halal dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Sambal Petis Mbak Emil

Berdasarkan hasil penelitian secara simultan atau bersama-sama label halal dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sambal Petis Mbak Emil. Hal tersebut dapat dilihat melalui nilai Sig. yaitu sebesar 0,000 yang bernilai lebih kecil dari taraf signifikansinya yaitu 0,05. Hal ini juga sejalan dengan analisis deskriptif bahwa konsumen melakukan keputusan pembelian berdasarkan terdapat label halal dan pemberian informasi pada produk Sambal Petis Mbak Emil yang sesuai dengan kebutuhan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Selvianti et al., (2020) dan Astuti (2020) yang menyatakan bahwa label halal dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan label halal pada kemasan produk di toko akan meningkatkan harga produk tersebut. Karena perusahaan harus menanggung biaya tambahan untuk mendapatkan sertifikat halal dan memilih bahan baku yang baik bagi kesehatan dan terhindar dari bahan yang haram Sehingga produk yang bersertifikat halal dapat masuk ke pangsa pasar muslim dan menjadi pilihan alternatif bagi konsumen muslim, dan *word of mouth* memudahkan konsumen untuk mencari informasi mengenai produk melalui orang atau kelompok sosial yang berpengaruh seperti pasangan, orang tua, teman, dll. Dalam penelitian ini variabel label halal *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan karena cerita atau informasi yang konsumen lain sampaikan dan rekomendasi dari orang lain tersampaikan dengan benar, dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

SIMPULAN

Sesuai hasil dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Label Halal dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Sambal Petis Mbak Emil diperoleh kesimpulan sebagai bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sambal Petis Mbak Emil. Artinya semakin tinggi label halal, maka meningkatkan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Sambal Petis Mbak Emil.

Word of mouth berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sambal Petis Mbak Emil. Artinya semakin kuat *word of mouth* yang mempengaruhi keyakinan maka meningkatkan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Sambal Petis Mbak Emil.

Label halal dan word of mouth berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sambal Petis Mbak Emil. Hal ini disebabkan karena cerita atau informasi yang konsumen lain sampaikan dan rekomendasi dari orang lain tersampaikan dengan benar, dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Nugraha, anung. 2017. Pengaruh label halal terhadap minat beli konsumen di aplikasi grab. Jurnal administrasi Bisnis: No.2 Vol.51
- Nugroho, Adi Rifki. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre-Order secara Online (Studi Kasus pada Online Shop Choper Jersey). Skripsi UNDIP.
- Raharjani, J., 2010. Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang), Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, Vol.2 No.1
- Rambe, Y. M., & Afifudin, S. (2012). Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washiliyah, Medan). Ekonomi dan Keuangan, Vol 1, No 1.
- Roderick, B. dan Gregory, B. J. 2008. Investigating the service: A customer value perspective. Journal of Business Research. Vol 62. No 7, hal 345-355
- Sari, Salviyah. 2018. Pengaruh Label Halal terhadap keputusan pembelian produk mie samyang di Sumatra. Medan: USU
- Schiffman, I.G. dan Kanuk, Leslie L. 2013. Consumer Behavior. 8th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Setiadi, Nugroho J. 2003, Perilaku Konsumen. Jakarta: Kencana.