

Impact of Mui Halal Labels on Volume of Sales of Holland Bakery
in Manado City

Mawarni Safitri Henaulu

mawarnis.henaulu@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado

Abstract

This research examines the impact of MUI's halal label on the sales volume of Holland bakery in the city of Manado. The main problem in this study is how much influence the halal label has on sales volume. The objective achieved in this study was to find out the impact of MUI's halal label on Holland Bakery's sales volume in the city of Manado. And provide recommendations to other food companies so that they can increase sales volume. This type of research is quantitative research. Data used in the study are primary data or data directly from respondents through questionnaires that are distributed in Holland Bakery in the city of Manado. As a population and a sample of consumers are Holland Bakery in the city of Manado. The data analysis technique used in this study is the normality test, hypothesis testing using product moment correlation test and simple linear regression test. After going through quantitative procedures.

This study found that the halal label has an effect on sales volume as evidenced by the product moment correlation test. It is known that the correlation value between variables X and Y is $0.562 > 0$. So H_0 is rejected and H_a is accepted. from the Model Summary table is 0.315 or around 31.5%. This means that the effect of the independent variable (Halal Label) on the dependent variable (Sales Volume) is 31.5%. Meanwhile, the remaining 68.5% ($100 - 31.5 = 68.5\%$) are explained by other variables not examined in this study.

Keywords: Halal Label, Sales Volume, Holland Bakery

Dampak Label Halal Mui Terhadap Volume Penjualan Holland Bakery Di Kota
Manado

Mawarni Safitri Henaulu

mawarnis.henaulu@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado

Abstrak

Penelitian ini meneliti tentang dampak label halal MUI terhadap volume penjualan Holland bakery di kota Manado. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh dari label halal terhadap volume penjualan. Tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak label halal MUI terhadap volume penjualan Holland Bakery di kota Manado. Serta memberikan rekomendasi terhadap perusahaan makanan lain sehingga dapat menambah volume penjualan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer atau data langsung dari responden melalui kuesioner yang di sebarakan di Holland Bakery di kota Manado. Sebagai populasi dan sampelnya adalah konsumen Holland Bakery di kota Manado. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji hipotesis yang menggunakan uji korelasi product moment dan uji regresi linier sederhana. Setelah melalui prosedur kuantitatif.

Penelitian ini memperoleh hasil bahwa label halal berpengaruh terhadap volume penjualan dibuktikan dengan uji korelasi product moment diketahui nilai korelasi antara variabel X dan variabel Y adalah $0,562 > 0$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diketahui nilai R^2 (R Square) dari tabel Model Summary adalah 0,315 atau sekitar 31,5%. Hal ini berarti bahwa pengaruh variabel independen (Label Halal) terhadap variabel dependen (Volume Penjualan) adalah sebesar 31,5%. Sedangkan, sisanya 68,5% ($100-31,5= 68,5\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Label Halal, Volume Penjualan, Holland Bakery

Pendahuluan

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan- kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi ke-*masalahat*-an hidupnya (Muhamad, 2016; 163)

Kota Manado adalah ibu kota dari provinsi Sulawesi Utara. Kota Manado seringkali disebut sebagai Manado. Manado terletak di Teluk Manado dan dikelilingi oleh daerah pegunungan. Berdasarkan data sensus penduduk tahun 2015, jumlah penduduk kota Manado yaitu 474.034 jiwa yang menjadikannya kota terbesar kedua di Sulawesi setelah Makassar. Agama yang dianut adalah agama Islam, Kristen Protestan, Katolik, Hindu, Buddha dan Konghucu.

Tabel 1 Data Jumlah Penduduk Manado Berdasarkan Agama

Agama	Jumlah	Persentase (%)
Islam	130.596	27,55
Kristen Protestan	289.540	61,08
Katolik	36.832	7,77
Hindu	2.275	0,48
Budha	14.316	3,02
Konghucu	474	0,1
Total	474.034	100

Sumber: Data Statistik Penduduk Sulawesi Utara Tahun 2015

Meski begitu heterogennya, namun masyarakat Manado sangat menghargai sikap hidup toleran, rukun, terbuka dan dinamis. Karenanya kota Manado memiliki lingkungan sosial yang relatif kondusif dan dikenal sebagai salah satu kota yang relatif aman di Indonesia. Sewaktu Indonesia sedang rawan-rawannya disebabkan guncangan politik sekitar tahun 1999 dan berbagai kerusuhan melanda kota- kota di Indonesia. Kota Manado dapat dikatakan relatif aman. Hal itu tercermin dari semboyan masyarakat Manado yaitu Torang samua basudara yang artinya "Kita semua bersaudara".

Masakan Manado atau Masakan Minahasa adalah tradisi memasak orang Minahasa di Sulawesi Utara. Meskipun dikenal sebagai Masakan Manado, beberapa kota di Sulawesi Utara yaitu Bitung, Tomohon dan Tondano juga dikenal sebagai pusat kuliner Minahasa. Masakan Manado juga dikenal karena memiliki variasi di makanan laut (*seafood*), jumlah cabai yang banyak, daging eksotis, dan kue-kue dengan pengaruh Eropa. Masakan Manado yang populer

adalah: tinutuan (juga dikenal sebagai bubur Manado), cakalang fufu, mi cakalang, paniki (daging kelelawar), ayam atau aneka makanan laut yang dibumbui rempah-rempah rica-rica atau woku, ayam tuturuga, dan brenebon.

Dewasa ini konsumen sangat kritis dalam mencari dan menggali informasi tentang produk yang akan digunakan. Manusia semenjak dahulu memiliki pandangan yang berbeda dalam menilai makanan dan minuman, baik menyangkut makanan yang diperbolehkan maupun makanan yang dilarang, terutama makanan yang mengandung bahan yang berbahaya. Makanan yang dikonsumsi oleh konsumen haruslah halal dan tidak berbahaya bagi kesehatan manusia. Dalam Islam, umat muslim diwajibkan mengonsumsi makanan dan minuman yang sifatnya halal dan *thayyib*, karena setiap makanan dan minuman yang kita konsumsi akan mendarah daging dalam tubuh dan menjadi sumber energi yang penting untuk kehidupan.

Di Indonesia sendiri untuk mencegah para pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab, maka dikeluarkan kebijakan MUI (Majelis Ulama Indonesia) tentang sertifikasi halal. Holland Bakery dikenal sebagai toko roti modern pertama di Indonesia. Toko roti ini menjadi satu-satunya toko roti pemegang lisensi karakter Disney di Indonesia. Adanya kata 'holland' dikarenakan roti dan kue di toko ini dibuat dengan resep yang berasal dari Belanda alias Holland. Selain itu, adanya kincir angin di atap toko semakin memperkuat asosiasinya dengan Belanda. Hal lain yang tidak disadari adalah keberhasilan pendiri dan penerus toko mempelajari cara pembuatan roti dari dengan resep ala Belanda (Intan Citra Pertiwi, 2017). Resep roti dan kue Holland Bakery di buat oleh *cheff* terbaik yang berasal dari negara Belanda.

Berdasarkan survey penelitian atau pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai penjualan Holland Bakery di kota Manado dengan banyaknya pembeli muslim atau bukan, peneliti menemukan bahwa peminat Holland Bakery di kota Manado bukan hanya dari kalangan non muslim saja tetapi juga dari muslim sendiri. Artinya, konsumen muslim setara dengan konsumen non muslim. Kemudian, sebelum adanya sertifikat halal dari LPPOM- MUI, penjualannya sudah meningkat karena sasaran utamanya selalu berusaha mengembangkan usahanya tiap tahunnya agar memperoleh laba lebih dari yang ditargetkan. Namun dengan demikian, Holland Bakery tetap mengurus sertifikat halal agar lebih di percaya konsumen.

Pada, tanggal 12 Juli 2017 Jaringan outlet bakery terkemuka di Indonesia ini, secara resmi menerima secara simbolis sertifikat halal dari MUI. Penyerahan sertifikat yang berlangsung di Hotel Aryaduta, Jakarta, dilakukan oleh Direktur LPPOM MUI, Dr. Ir. Lukmanul Hakim, M.Si kepada Direktur Utama Holland Bakery Group, Paulus Tejakusuma (Holland Bakery Resmi Kantongi Sertifikat Halal MUI. 2017). Beranjak dari latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih dalam tentang "Dampak Label Halal MUI terhadap Volume Penjualan Holland Bakery di Kota Manado"

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah yang dibahas adalah Apakah label halal MUI berdampak pada volume penjualan Holland Bakery di kota Manado?

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk menambah dan mengembangkan wawasan ilmu pengetahuan serta lebih mendukung teori-teori yang telah ada sehubungan dengan penelitian tentang dampak label halal MUI terhadap volume penjualan Holland Bakery.
 - b. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian- penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan dampak label halal MUI terhadap volume penjualan Holland Bakery
2. Manfaat Praktis
- a. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan dalam perkembangan bisnis.
 - b. Bagi peneliti, sebagai perwujudan nyata dalam penerapan ilmu manajemen pemasaran.
 - c. Bagi pembaca, sebagai referensi tambahan dan bahan acuan.

Definisi operasional

1. Variabel X (Label Halal): Label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Label halal diukur dengan indikator sebagai berikut:
 - a. Gambar, merupakan hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, orang, tumbuhan).
 - b. Tulisan, merupakan hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca.
 - c. Kombinasi gambar dan tulisan, merupakan gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian.
 - d. Menempel pada kemasan, dapat diartikan sebagai sesuatu yang melekat (dengan sengaja atau tidak sengaja) pada kemasan (pelindung suatu produk).
2. Variabel Y (Volume Penjualan): volume penjualan adalah sejumlah komoditas yang terjual dalam periode waktu tertentu yang merupakan salah satu faktor penentu yang sangat berpengaruh terhadap pencapaian laba atau keuntungan. Volume penjualan diukur dengan indikator sebagai berikut :
 - a. Kondisi dan kemampuan pedagang
 - b. Kondisi pasar
 - c. Modal
 - d. Kondisi organisasi usaha
 - e. Faktor lain

Kajian Teoritis

Label Halal

Menurut Stanton dan William (2004; 282) label adalah bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau pula etiket (tanda pengenalan) yang dicantumkan pada produk.

Menurut Kotler dan Amstrong (2010; 254) label adalah merek sebagai nama, istilah, tanda, lambang, atau desain, atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan membedakan mereka dari para pesaing. Menurut Kotler dan Amstrong Kotler dan Amstrong (2010; 268) menyatakan bahwa label memiliki 4 fungsi utama yaitu: 1) *Identifies* (mengidentifikasi): label dapat menerangkan mengenai produk, 2) *Grade* (nilai atau kelas): label dapat menunjukkan nilai atau

kelas dari produk, 3) *Descriptive* (memberikan keterangan): label menunjukkan keterangan mengenai siapa produsen dari produk, kapan produk dibuat, apa komposisi dari produk, dan bagaimana cara penggunaan produk secara aman, dan 4) *Promote* (mempromosikan): label mempromosikan produk lewat gambar dan warna yang menarik.

Pengertian Halal

Kata halal (halāl, halaal) adalah istilah bahasa Arab dalam agama Islam yang berarti "diizinkan" atau "boleh". Secara etimologi, halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya (Yusuf Qardhawi, 2007; 5). Halal adalah sesuatu yang diperbolehkan menurut ajaran Islam. Menurut Adisasmito dan Wiku, (2010) halal adalah sesuatu yang diperbolehkan menurut ajaran Islam.

Pengertian Halal menurut Departemen Agama yang dimuat dalam Surat Keputusan Menteri Agama RI No 518 Tahun 2001 tentang Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal pasal 1 adalah: Tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam.

Menurut Burhanudin halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam: a) Tidak mengandung hewan yang diharamkan yaitu babi dan bahan yang berasal dari babi, b) Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti: bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, alkohol, kotoran-kotoran dan lain sebagainya, c) Semua bahan yang berasal dari hewan yang disembelih menurut tata cara syariat Islam tergolong halal, d) Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, tempat pengolahan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk hewan yang diharamkan, jika pernah digunakan untuk barang yang tidak halal maka terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam, dan e) Semua makanan dan minuman tidak mengandung khamar.

Dasar Hukum

Dalam Al-Qur'an, Allah memerintahkan agar manusia mengkonsumsi makanan dan minuman yang sifatnya halal dan thayyiban yaitu Q.S. Al-Baqarah/2: 168 Terjemahannya;

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Q.S. Al-Ma'idah/5: 88 Terjemahnya:

Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.

Sebuah nash hadist menyebutkan, dari Salman Al-Farisi bahwa Rasulullah SAW. ditanya tentang minyak samin, keju dan jubah dari kulit binatang, lalu beliau menjawab,

أَلْحَلَالُ مَا أَحَلَّ اللَّهُ فِي كِتَابِهِ ، وَ الْحَرَامُ مَا حَرَّمَ فِي كِتَابِهِ ، وَ مَا سَكَتَ عَنْهُ فَهُوَ عَمَّا عَفَا لَكُمْ

Artinya :

Yang halal adalah segala sesuatu yang Allah halalkan dalam kitab-Nya, dan yang haram adalah segala sesuatu yang Allah haramkan dalam kitab-Nya. Sedangkan apa yang didiamkan-Nya maka ia termasuk yang dimaafkan kepada kalian.” (HR. Tirmidzi dan Ibnu Majah)

Rasulullah SAW. Bersabda:

أَلْحَلَالُ بَيِّنٌ وَالْحَرَامُ بَيِّنٌ وَبَيْنَ ذَلِكَ أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ ، لَا يَدْرِي كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ : أَمِنَ الْحَلَالِ هِيَ ؟
أَمْ الْحَرَامِ ؟ فَمَنْ تَرَ كَهَا اسْتَبْرَأَ لِذِيئِهِ وَعِزُّ ضَمِهِ ، فَقَدْ سَلِمَ ، وَمَنْ وَقَعَ شَيْئًا مِنْهَا يُوشِكُ أَنْ يُوْاقِعَ الْحَرَامَ
مَ كَمَا أَنَّ مَنْ يَرَى عِيَّ حَوْلَ الْجَمِيِّ (وَهُوَ مَكَانٌ مَحْدُودٌ يَحْجُزُهُ السُّلْطَانُ لِتَرْعَى فِيهِ أَنْعَامُهُ وَخَدَّهَا وَ
يَحْجُزُ عَلَى غَيْرِهَا أَنْ يَبَالَ مِنْهُ شَيْئًا) أَوْشَكَ أَنْ يُوْاقِعَهُ ، أَلَا وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ جَمِيٍّ - أَلَا وَإِنَّ جَمِيَّ اللَّهِ
مَخَارِئُهُ

Artinya:

Yang halal itu jelas, yang haram jelas. Dan di antara keduanya adalah masalah syubhat, kebanyakan orang tidak mengenalinya; termasuk halalkan ia atau haram? Karena itu maka barangsiapa meninggalkannya berarti dia telah membersihkan agama dan kehormatannya, ia selamat. Dan barangsiapa terjerumus pada sesuatu diantaranya, berarti hampir terjerumus ke dalam yang haram. Sebagaimana jika orang menggembala teraknya disekitar hima (tempat khusus milik raja untuk menggembala ternaknya dan tidak boleh dimasuki ternak orang lain), maka ia hampir-hampir memasukinya. Ketahuilah bahwa sesungguhnya setiap raja memiliki hima, ketahuilah bahwa hima Allah adalah larangan-larangannya. (HR. Bukhari dan Muslim).

Menurut Burhanuddin regulasi yang terkait dengan pentingnya aspek halal suatu produk yaitu Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan diantaranya:

Pasal 1 ayat 3 adalah:

Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian bagian kemasan pangan, yang selanjutnya dalam Peraturan Pemerintah ini disebut Label.

Pasal 1 ayat 5:

Pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik yang menyangkut bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi pangan, yang pengelolaannya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam.

Label Halal

Label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Label halal diperoleh setelah mendapatkan sertifikat halal. Sertifikat halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Utami, (2013) Label halal diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. Gambar, merupakan hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, orang, tumbuhan).
2. Tulisan, merupakan hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca.
3. Kombinasi gambar dan tulisan, merupakan gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian.

4. Menempel pada kemasan, dapat diartikan sebagai sesuatu yang melekat (dengan sengaja atau tidak sengaja) pada kemasan (pelindung suatu produk). Aspek yang menjadi tinjauan dalam labelisasi halal, Burhanuddin, 2011; 142) yaitu: a) Proses pembuatan, b) Bahan baku utama, c) Bahan pembantu, dan d) Efek

Sertifikasi dan labelisasi halal bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen, serta meningkatkan daya saing produk dalam negeri dalam rangka meningkatkan pendapatan nasional. Tiga sasaran utama yang ingin dicapai adalah: Menguntungkan konsumen dengan memberikan perlindungan dan kepastian hukum.

1. Menguntungkan produsen dengan peningkatan daya saing dan omset produksi dalam penjualan.
2. Menguntungkan pemerintah dengan mendapatkan tambahan pemasukan terhadap kas Negara (Teti Indrawati Purnamasari, 2005)

Pengertian Penjualan

Penjualan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang yang diperlukan konsumen. Dengan adanya penjualan individu-individu bisa saling bertemu muka untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga saling menguntungkan (Oky Ardiyanta. 2013).

Perusahaan dalam menghasilkan barang/jasa, mempunyai tujuan akhir yaitu menjual barang/ jasa tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Pengertian penjualan menurut Marbun (2003; 102) adalah total barang yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu.

Konsep penjualan merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan dengan memasarkan produknya baik berupa barang atau jasa. Kegiatan penjualan yang dilaksanakan oleh perusahaan bertujuan untuk mencapai volume penjualan yang diharapkan dan menguntungkan untuk mencapai laba maksimum bagi perusahaan (Benny Siboro. 2014) Konsumen mempunyai banyak pilihan terhadap berbagai variasi produk di pasaran. Jika penjualan tidak agresif, konsumen tidak akan tertarik (M. Taufik Amir, *Dinamika Pemasaran*, 2005; 2).

Pengertian Volume Penjualan

Volume penjualan oleh Rangkuti (2008; 98) adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Menurut Kotler, volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Besar kecilnya volume penjualan dipengaruhi oleh jumlah produk yang terjual.

Tujuan Penjualan

Menurut Basu Swastha (2017; 404), tujuan umum penjualan dalam perusahaan adalah untuk mencapai volume penjualan tertentu, memperoleh laba dan untuk menunjang pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.

Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Menurut Swastha (2017; 406) terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain: a) Kondisi dan kemampuan pedagang, b) Kondisi pasar, c) Modal, d) Kondisi organisasi usaha, dan e) Faktor lain

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data di tempat penelitian (Sugiyono, 2014; 64)

Dari uraian di atas, peneliti telah merumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ho: Tidak ada dampak secara signifikan pada label halal MUI terhadap volume penjualan.

Ha: Ada dampak secara signifikan pada label halal MUI terhadap volume penjualan.

Metode Penelitian

Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Holland Bakery di Kota Manado

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yang dilakukan adalah pada saat penulis selesai melakukan ujian proposal skripsi, tepatnya pada bulan September-Oktober 2018.

Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014; 8). Berdasarkan masalah penelitian ini termasuk penelitian kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Yang terdapat variabel Independent (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependent (variabel yang dipengaruhi) (Sugiyono, 2014; 37)

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014; 80). Populasi yang diambil dalam penelitian ini merupakan konsumen muslim yang melakukan pembelian Holland Bakery di Kota Manado.

2. Sampel

Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan pengambilan sampel dengan cara *sampling insidental*. Yaitu pengambilan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2014; 80). Sampel pada penelitian ini yang menjadi fokus penelitian yaitu berjumlah 67 orang. Jumlah tersebut diambil berdasarkan rumus perhitungan: (Sugiyono, 2018; 143)

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan: n = jumlah sampel yang diperlukan

z = harga dalam kurve normal untuk simpangan 10%,
dengan nilai 1,64

p = peluang benar 50%

q = peluang salah 50%

e = tingkat kesalahan sampel

$$\text{Perhitungan: } n = \frac{z^2 pq}{e^2} = \frac{(1,64)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$= \frac{2,6896 \times 0,25}{0,01}$$

$$= \frac{0,6724}{0,01}$$

$$= 67,24 \text{ orang}$$

Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 67 orang.

Data dan Instrumen Penelitian

1. Sumber Data

a) Data primer b) Data sekunder (Iqbal Hasan, 1990; 33)

2. Instrumen Data

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2014; 222). Dalam penelitian ini penulis menggunakan 2, variabel X dan Y yaitu sebagai berikut:

Variabel	Indikator
Label Halal (X)	1. Gambar
	2. Tulisan
	3. Kombinasi gambar dan tulisan
	4. Menempel pada kemasan
Volume Penjualan (Y)	1. Kondisi dan kemampuan pedagang
	2. Kondisi pasar
	3. Modal
	4. Kondisi organisasi usaha
	5. Faktor lain

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner atau angket.

Metode dan pengukurannya menggunakan Skala *Likert*. Skala *Likert*. Setiap item penelitian, jawaban dari pertanyaan diberi skor:

SS Sangat Setuju = Skor 5

S Setuju = Skor 4

R Ragu- Ragu = Skor 3

TS Tidak Setuju = Skor 2

STS Sangat Tidak Setuju = Skor 1

2. Wawancara

Teknik Analisis Data

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan penghitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan penghitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Dalam menentukan kelayakan atau tidaknya suatu item pernyataan yang akan digunakan, peneliti menggunakan uji validitas analisis korelasi *Bivariate Pearson* (produk momen person) pada taraf signifikansi 5%. Nilai r tabel dengan $df = n-2$ maka akan menjadi ($df = 67-2$) yaitu 65 sehingga r tabel pada taraf signifikansi 5% adalah 0,2404. Apabila nilai r hitung $> 0,2404$ maka item pernyataan itu dinyatakan valid. Sedangkan, apabila nilai r hitung $< 0,2404$ maka item pernyataan itu dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* kemudian membandingkan antara r hitung dengan r table (Agus Purwanto, 2007; 143). Apabila nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari r tabel (0,2404) maka dapat dikatakan reliabel. Sedangkan, apabila nilai *Alpha Cronbach* lebih kecil dari 0,2404 maka item pernyataan itu dinyatakan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Dalam uji normalitas ini peneliti menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikan 5% (0,05). Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 0,05. Pengujian ini menggunakan bantuan SPSS 16.0

b. Uji Linearitas Data

Uji linearitas yang digunakan dalam SPSS ini adalah *Test for Linearity* dengan melihat apabila nilai *deviation from linearity* > 0.05 maka terdapat hubungan yang linear. Sedangkan jika nilai *deviation from linearity* < 0.05 maka tidak terdapat hubungan yang linear.

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji Korelasi

Dalam pengujian hipotesis ini, peneliti menggunakan korelasi *product moment* yang pengolahan datanya menggunakan SPSS 16.0.

b. Koefisien Determinasi (R^2 Square)

Koefisien Determinasi atau koefisien penentu artinya penyebab perubahan pada variabel Y datang dari variabel X, sebesar r^2 . Nilai r^2 yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat amat terbatas, sedangkan jika nilai r^2 mendekati 1 maka kemampuan variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 16.0.

c. Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana adalah pengujian terhadap data di mana terdiri dari dua variabel yaitu satu variabel independen dan satu variabel dependen, dimana variabel tersebut bersifat kausal (berpengaruh). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS

16.0. Secara umum persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksikan (Variabel Dependent)

a = Konstanta (apabila X = 0)

b = Koefisien Regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

X = Nilai Variabel Dependent.

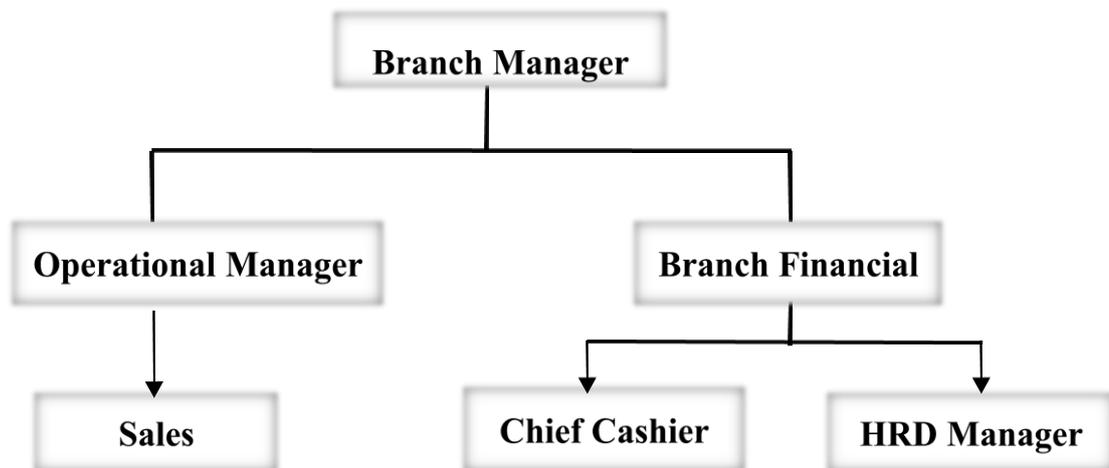
HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Holland Bakery dikenal sebagai toko roti modern pertama di Indonesia dan didirikan pada tahun 1978 di Jakarta.

Unit Holland Bakery terletak di Jl. Piere Tendean No. 89, Boulevard Manado. Sedangkan *counter* penjualan terletak di beberapa wilayah antara lain *counter* penjualan Holland Bakery Tuminting yang terletak di Jl. Sindulang 1, Tuminting. *Counter* penjualan Holland Bakery Paal Dua yang terletak di Jl. RE. Martadinata No. 63, Tikala, Dendengan Luar, Paal Dua. *Counter* penjualan Holland Bakery Wenang, yang terletak di Jl. Sam Ratulangi No. 22A, Wenang Utara, Wenang. *Counter* penjualan Holland Bakery Dendengan Dalam yang terletak di Jl. Pingkan Matindas No. 31, Dendengan Dalam, Tikala. *Counter* penjualan Holland Bakery Politeknik yang terletak di Komp. SPBU Politeknik, Jl. AA Maramis- Kairagi, Kairagi Dua, Mapanget. *Counter* penjualan Holland Bakery Ranotana yang terletak di Jl. Stadion Klabat, Ranotana, Sario. *Counter* penjualan Holland Bakery yang terletak di Malalayang 1, Malalayang. Lokasi penjualan yang sangat strategis, ramai dilalui kendaraan dan dekat dengan pemukiman memudahkan konsumen untuk mencari produk yang diinginkan.

Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Holland Bakery

Sumber: Data Primer Holland Bakery Unit Manado

Tenaga kerja

Jumlah karyawan Holland Bakery di kota Manado yaitu berjumlah 184 orang, diantaranya:

1. Staf = 12 orang
2. Bagian Produksi = 138 orang
3. Bagian Penjualan = 46 orang

Bahan Baku dan Proses Produksi

Bahan baku yang diperoleh yaitu langsung dari Jakarta yang di kirimkan setiap bulan atas permintaan melalui container. Yang kemudian diproduksi oleh bagian produksi dan di suplai ke *counter* penjualan. hasil produksi yang dihasilkan untuk produk- produk tertentu contohnya *traditional snacks, breads, donuts* dan lain sebagainya hanya bisa di jual 1x 24 jam.

1. Produk yang Dihasilkan

Produk yang dihasilkan oleh Holland Bakery Manado adalah *Breads* (roti), *bread rolls* (roti gulung), *loaf breads* (roti-roti), *artisan, donuts* (donat), *traditional snacks* (makanan ringan tradisional), *modern snacks* (makanan ringan modern), *pastries* (kue kering), *cookies* (kue), *layer cakes* (kue lapis), *pudidings* (puding), *taartjes* (kue tart), *cakes* (kue).

Tabel 4.1 Produk Holland Bakery di Kota Manado

Produk	Varian Rasa
Breads (Roti)	<i>Chocolate bun, cheese bun, minced beef bun, banana chocolate bun, srikaya bun, raisin bun, muisjes chocolate roll, banana chese bun, coconut bun, sausage ribs, Mexican coffee, spicy beef floss, moshi mushroom, blackpaper beef, salami brown sauce, chicken curry prata, split duo cheese & chocolate, smear bun mocca & muisjes.</i>
<i>Bread Rolls</i> (Roti Gulung)	<i>Raisin rolls, sweet cheese potato bread, chocolate loaf.</i>
<i>Loaf Breads</i> (Roti-Roti)	<i>White bread, beef and cheese loaf, daily vit</i>
<i>Artisan</i>	<i>French bread, garlic French bread, hard roll</i>
<i>Donuts</i> (Donat)	<i>Cheese john, chocolate john, nut john, minced beef donut, sausage donut, mini donut</i>

Tabel 4.1 Produk Holland Bakery di Kota Manado (Lanjutan)

<i>Traditional</i> (Makanan Tradisional)	<i>Snacks Ringan</i>	<i>Lemper, kroket daging, dadar gulung, pastel ayam, beef rissole, pisang bolen, nastar jambu, bika banjar, kue pepe, banana roll, chiffon pandan, bika ambon.</i>
<i>Modern Snacks</i> (Makanan Ringan Modern)		<i>Chocolate muffin, pineapple muffin, banana muffin, chicken burger, tuna cheese whole wheat sandwich, smoked beef cheese</i>

<i>Pastries (Kue Kering)</i>	<i>Choco éclair, croissant, chocolate Danish, kouigin amann, sweet cheese crunch, mini smoked beef croissant sandwich, chicken pie, choco cheese pastry, Danish raisin, custard cream puff, fruit cream puff, cheese cream puff</i>
<i>Cookies (Kue)</i>	<i>Kaasstengels, nastar, cranberry cookies, double chocolate cookies, cranberry cornflake cookies, original crispy puff</i>
<i>Layer Cakes (Kue Lapis)</i>	<i>Lapis prunes, lapis legit, lapis Surabaya</i>
<i>Pudidings (Puding)</i>	<i>Peach pudding, zebra pudding, coffee raising, bread butter pudding, fruit cocktail, longan pudding</i>
<i>Taartjes (Kue Tart)</i>	<i>Black forest, strawberry, gâteau, chocolate fudge, orange, Disney taartjes</i>
<i>Cakes (Kue)</i>	<i>Black forrest cake, lemon cake, mocca cake, tiramisu cake, rainbow cake, opera cake, chocolate cherry cake, red velvet cake, cranberry toffee brownie cake, ombre cake, double chocholate cake, blueberry cheesecake, new York cheesecake, classic cheesecake, strawberry roll cake, Disney model cake, Disney sugar printed cake, Disney cupcakes.</i>

Sumber: Data Primer Pengolahan Tahun 2018

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Responden

Pemberian kuesioner diberikan kepada para konsumen Holland Bakery di Kota Manado dimana sampel yang diambil oleh peneliti yaitu responden muslim yang bertemu dengan peneliti yang sedang melakukan pembelian di Holland Bakery di Kota Manado dan yang dipandang cocok sebagai sumber data. Pemberian kuesioner dilaksanakan pada saat itu juga, dengan demikian persentase pengambilan kusioner 100%.

Karakteristik Responden

a. Berdasarkan Tingkat Umur Responden

Berdasarkan pengolahan data dapat diketahui jumlah responden berdasarkan umur terbanyak adalah pada umur 22 tahun, yaitu sebanyak 10 orang atau 14,9 %, umur terbanyak kedua yaitu pada umur 23 tahun sebanyak 9 orang atau 13,4%, umur terbanyak ketiga yaitu pada umur 21 tahun sebanyak 7 orang atau 10,4%, sedangkan untuk umur 18 tahun sebanyak 4 orang atau 6,0%, umur 19 tahun sebanyak 4 orang atau 6,0%, umur 20 tahun sebanyak 4 orang atau 6,0%, umur 24 tahun sebanyak 4 orang atau 6,0%, umur 26 tahun sebanyak 4 orang atau 6,0%, umur 30 tahun sebanyak 3 orang atau 4,5%, umur 40 tahun sebanyak 3 orang atau 4,5%, umur 16 tahun sebanyak 2 orang atau 3,0%, umur 25 tahun sebanyak 2 orang atau 3,0%, umur 15 tahun sebanyak 1 orang atau 1,5%, umur 17 tahun sebanyak 1 orang atau 1,5%, umur 27 tahun sebanyak 1 orang atau 1,5%, umur 33 tahun sebanyak 1 orang atau 1,5%, umur 35 tahun sebanyak 1 orang atau 1,5%, umur 38 tahun sebanyak 1 orang atau 1,5%, umur 41 tahun sebanyak 1 orang atau 1,5%, umur 43 tahun sebanyak 1 orang atau 1,5%, umur 44 tahun sebanyak 1 orang atau 1,5%, umur 47 tahun sebanyak 1 orang atau 1,5%, umur 53 tahun sebanyak 1 orang atau 1,5%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Holland Bakery di kota Manado sebagian besar berusia 22 tahun.

b. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin terbanyak adalah perempuan yaitu sebanyak 36 orang atau 54 % dan laki- laki sebanyak 31 orang atau 46 %. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Holland Bakery di Kota Manado sebagian besar berjenis kelamin perempuan.

c. Berdasarkan Pekerjaan Responden

Jumlah responden berdasarkan pekerjaan terbanyak adalah mahasiswa sebanyak 19 orang atau 28,4%, swasta sebanyak 11 orang atau 16,4 %, wiraswasta sebanyak 10 orang atau 14,9%, IRT sebanyak 6 orang atau 9,0%, pelajar sebanyak 6 orang atau 9,0%, tidak bekerja sebanyak 4 orang atau 6,0%, PNS sebanyak 3 orang atau 4,5%, *Sales* sebanyak 3 orang atau 4,5%, gojek sebanyak 2 orang atau 3,0%, karyawan sebanyak 1 orang atau 1,5% dan *security* wanita sebanyak 1 orang atau 1,5%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Holland Bakery di Kota Manado yang gemar melakukan pembelian sebagian besar berasal dari kalangan mahasiswa, masyarakat menengah hingga ke atas. Ini membuktikan bahwa untuk konsumen dengan pekerjaan jenis apapun harga tidak menjadi masalah karena kualitas yang diberikan setara dengan jumlah harga yang dikeluarkan.

d. Berdasarkan Alamat Responden

Jumlah responden berdasarkan alamat terbanyak adalah Perkamil, yaitu sebanyak 6 orang atau 9,0 %, Paal Dua sebanyak 5 orang atau 7,5%, Politeknik sebanyak 5 orang atau 7,5%, Samrat sebanyak 5 orang atau 7,5%, Dendengan Dalam sebanyak 4 orang atau 6,0%, Malalayang sebanyak 4 orang atau 6,0%, Sea sebanyak 4 orang atau 6,0%, Tuminting sebanyak 4 orang atau 6,0%, Karombasan sebanyak 2 orang atau 3,0%, Kombos sebanyak 2 orang atau 3,0%, Pakowa sebanyak 2 orang atau 3,0%, Teling sebanyak 2 orang atau 3,0%, Wanea sebanyak 2 orang atau 3,0%, Wonasa sebanyak 2 orang atau 3,0%, Airmadidi sebanyak 1 orang atau 1,5%, Betesdha sebanyak 1 orang atau 1,5%, GPI sebanyak 1 orang atau 1,5%, Inobonto sebanyak 1 orang atau 1,5%, Kairagi sebanyak 1 orang atau 1,5%, Kalasey sebanyak 1 orang atau 1,5%, Karame sebanyak 1 orang atau 1,5%, Klabat sebanyak 1 orang atau 1,5%, Likupang sebanyak 1 orang atau 1,5%, Perum Bhayangkara Buha sebanyak 1 orang atau 1,5%, Ratatotok sebanyak 1 orang atau 1,5%, Sario sebanyak 1 orang atau 1,5%, Singkil sebanyak 1 orang atau 1,5%, Sumompo Kapleng sebanyak 1 orang atau 1,5%, Tateli sebanyak 1 orang atau 1,5%, Titiwungen sebanyak 1 orang atau 1,5%, Welong sebanyak 1 orang atau 1,5%, dan Winangun sebanyak 1 orang atau 1,5%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Holland Bakery di kota Manado sebagian besar bertempat tinggal di Perkamil. Ini membuktikan bahwa banyaknya gerai Holland Bakery yang tersebar di kota Manado tidak meyalutkan konsumen dalam membeli produk Holland Bakery yang diinginkan. Letak gerai Holland Bakery juga sangat strategis yaitu berada pada ruas jalan besar kota ataupun di sekitar mall- mall dan sering juga dilalui kendaraan sehingga tidak membuat konsumen merasa kesulitan ketika mencari lokasi Holland Bakery.

Statistik Deskriptif

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa:

1. Rata-rata Label Halal dari 67 sampel adalah 37,493 dengan standar deviasi adalah 2,170
 2. Rata-rata Volume Penjualan dari 67 sampel adalah 44,9701 dengan standar deviasi adalah 4,523
- a. Deskripsi Variabel X (Label Halal)

Tanggapan Responden Mengenai Label Halal dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memilih tanggapan sangat setuju dan setuju terhadap item-item pernyataan variabel label halal. Hal ini ditunjukkan dengan persentase 73% untuk nilai sangat setuju, 23 % untuk nilai setuju dan 4% untuk nilai ragu- ragu.

b. Deskripsi Variabel Y (Volume Penjualan)

Tanggapan Responden Mengenai Volume Penjualan diketahui sebagian besar responden memilih tanggapan sangat setuju dan setuju terhadap item-item pernyataan variabel volume penjualan. Hal ini ditunjukkan dengan persentase 58.8% untuk nilai sangat setuju, 32.4 % untuk nilai setuju, 8.5% untuk nilai ragu- ragu dan 0.3% untuk tidak setuju.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas Data

Dalam menentukan kelayakan atau tidaknya suatu item pernyataan yang digunakan, peneliti menggunakan uji validitas analisis korelasi *Bivariate Pearson* (produk momen person) pada taraf signifikansi 5%. Nilai r tabel dengan $df = n - 2$ maka akan menjadi ($df = 67 - 2 = 65$) sehingga r tabel pada taraf signifikansi 5% adalah 0,2404. Apabila nilai r hitung $> 0,2404$ maka item pernyataan itu dinyatakan valid. Sedangkan, apabila nilai r hitung $< 0,2404$ maka item pernyataan itu dinyatakan tidak valid.

Setelah dilakukan uji validitas pada variabel X (Label Halal) setiap pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai *person correlation* $> 0,2404$ sehingga semua item pernyataan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel X (Label Halal)

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	r Tabel	Keterangan	Tingkat Validitas
1	0,362	0,2404	Valid	Rendah
2	0,271	0,2404	Valid	Rendah
3	0,716	0,2404	Valid	Tinggi
4	0,684	0,2404	Valid	Tinggi
5	0,373	0,2404	Valid	Rendah
6	0,319	0,2404	Valid	Rendah
7	0,737	0,2404	Valid	Tinggi
8	0,543	0,2404	Valid	Sedang

Sumber: Hasil Pengelolaan data SPSS 16.0

Selanjutnya uji validitas, variabel Y (Volume Penjualan), semua item juga dinyatakan valid karena memiliki nilai *pearson correlation* $> 0,2404$ sehingga semua item pernyataan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Y (Volume Penjualan)

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	r Tabel	Keterangan	Tingkat Validitas
------------	----------------------------	---------	------------	-------------------

1	0,747	0,2404	Valid	Tinggi
2	0,798	0,2404	Valid	Tinggi
3	0,662	0,2404	Valid	Tinggi
4	0,702	0,2404	Valid	Tinggi
5	0,467	0,2404	Valid	Sedang
6	0,741	0,2404	Valid	Tinggi
7	0,743	0,2404	Valid	Tinggi
8	0,630	0,2404	Valid	Tinggi
9	0,681	0,2405	Valid	Tinggi
10	0,789	0,2406	Valid	Tinggi

Sumber: Hasil Pengelolaan data SPSS 16.0

b. Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji *alpha cronbach* kemudian membandingkan antara r hitung dengan r tabel. Apabila nilai *alpha cronbach* lebih besar dari r tabel (0, 2404) maka dapat dikatakan reliabel. Sedangkan, apabila nilai *alpha cronbach* lebih kecil dari 0, 2404 maka item pernyataan itu dinyatakan tidak reliabel.

Setelah dilakukan pengujian, dapat diketahui nilai reliabilitas dengan menggunakan uji *alpha cronbach* untuk variabel X (Label Halal) adalah 0,630. Dengan demikian dapat dikatakan hasil uji reliabilitas variabel X (Label Halal) dinyatakan reliabel karena nilai *alpha cronbach* > 0, 2404.

Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Variabel X (Label Halal)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.630	8

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0

Selanjutnya uji reliabilitas, variabel Y (Volume Penjualan) adalah 0,883. Dengan demikian hasil uji variabel Y (Volume Penjualan) juga dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *alpha cronbach* > 0,2404.

Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Variabel Y (Volume Penjualan)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	10

Sumber: Hasil Pengelolaan data SPSS 16.0

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas diartikan sebagai usaha untuk menentukan apakah data variabel X (Label Halal) dan Y (Volume Penjualan) yang diteliti merupakan distribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas ini peneliti menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikan 5% (0,05). Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 0,05.

Setelah dilakukan pengujian, dapat diketahui nilai *unstandardized residual* adalah 0,069. Dengan demikian dapat dikatakan hasil uji normalitas dengan menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* variabel X (Label Halal) dinyatakan berdistribusi normal karena memiliki nilai *unstandardized residual* > 0,05.

Tabel 4.14 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		67
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.74488590
Most Extreme Differences	Absolute	.159
	Positive	.078
	Negative	-.159
Kolmogorov-Smirnov Z		1.298
Asymp. Sig. (2-tailed)		.069

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS 16.0

b. Uji Linearitas Data

Dalam analisis regresi linear sederhana, uji linearitas harus terpenuhi. Uji linearitas yang digunakan dalam SPSS ini adalah *Test for Linearity* dengan melihat apabila nilai *deviation from linearity* > 0.05 maka terdapat hubungan yang linear. Sedangkan jika nilai *deviation from linearity* < 0.05 maka tidak terdapat hubungan yang linear.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, diketahui nilai *deviation from linearity* adalah 0,695. Dengan demikian, nilai *deviation from linearity* terdapat hubungan yang linear, karena memiliki nilai *deviation from linearity* > 0,05.

Tabel 4.15 Uji Linearitas

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
VOLUME_ PENJUALAN * LABEL_ HALAL	Between Groups	(Combined)	29.500	6	4.917	.647	.692
		Linearity	6.357	1	6.357	.837	.375
		Deviation from Linearity	23.143	5	4.629	.609	.695
	Within Groups		114.000	15	7.600		

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
VOLUME_ PENJUALAN *	Between Groups	(Combined)	29.500	6	4.917	.647	.692
LABEL_ HALAL		Linearity	6.357	1	6.357	.837	.375
		Deviation from Linearity	23.143	5	4.629	.609	.695
	Within Groups		114.000	15	7.600		
	Total		143.500	21			

Sumber: Hasil Pengelolaan data SPSS 16.0

3. Uji Korelasi

Koefisien korelasi memiliki nilai antara -1 dan +1 ($-1 < r < +1$). Jika r bernilai positif maka variabel-variabelnya berkorelasi positif, semakin dekat nilai r ke +1 semakin kuat korelasinya. Sedangkan, jika r bernilai negatif maka variabel-variabelnya berkorelasi negatif, semakin dekat nilai r ke -1 semakin kuat korelasinya. Dan jika r bernilai 0 (nol) maka variabel-variabel tidak menunjukkan korelasi. Secara sederhana, hipotesis dirumuskan dengan:

Ho: $p = 0$ berarti 0 tidak ada hubungan

Ha: $p \neq 0$ berarti lebih besar atau kurang (-) dari nol berarti ada hubungan.

p = nilai korelasi

Untuk memberikan tafsiran terhadap nilai korelasi *product moment*, terlebih dahulu peneliti merumuskan hipotesis nol (ho) dan hipotesis alternatif (ha).

Ho: Tidak ada dampak secara signifikan pada label halal MUI terhadap volume penjualan.

Ha: Ada dampak secara signifikan pada label halal MUI terhadap volume penjualan.

Tabel 4.16 Uji Korelasi

Correlations

		LABEL_HALAL	VOLUME PENJUALAN
LABEL_HALAL	Pearson Correlation	1	.562**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	67	67
VOLUME_PENJUALAN	Pearson Correlation	.562**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	67	67

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengelolaan data SPSS 16.0

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, diketahui nilai korelasi antara variabel X dan Variabel Y adalah $0,562 > 0$. Maka Ha diterima dan Ho di tolak, artinya bahwa Label Halal berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Volume Penjualan.

4. Koefisien Determinasi (R^2 - Square)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh suatu variabel bebas menentukan perubahan nilai variabel terikat. Besarnya nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1. Nilai r^2 yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat amat terbatas, sedangkan, jika nilai r^2 mendekati 1 maka kemampuan variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan menggunakan SPSS 16.0, diketahui nilai R^2 (*R Square*) dari tabel *Model Summary* adalah 0,315 atau sekitar 31,5%. Hal ini berarti bahwa pengaruh variabel independen (Label Halal) terhadap variabel dependen (Volume Penjualan) adalah sebesar 31,5%. Sedangkan, sisanya 68,5% ($100-31,5= 68,5\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.17 Koefisien Determinasi (R^2 - Square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.562 ^a	.315	.305	3.77358

a. Predictors: (Constant), LABEL_HALAL

Sumber: Hasil Pengelolaan data SPSS 16.0

5. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linier sederhana adalah pengujian terhadap data di mana terdiri dari dua variabel yaitu satu variabel independen dan satu variabel dependen, dimana variabel tersebut bersifat kausal (berpengaruh). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 16.0.

Secara umum persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:¹

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksikan (Variabel Dependent)

a = Konstanta (apabila $X = 0$)

b = Koefisien Regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

X = Nilai Variabel Dependent

Tabel 4.18 Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.054	8.039		.131	.896

¹ Iqbal Hasan, *op. cit.*, h. 247

LABEL_HALAL	1.171	.214	.562	5.472	.000
-------------	-------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: VOLUME_PENJUALAN

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil pengujian nilai a dan b tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi, yaitu: $Y = a + bX = 1,054 + 1,171X$, maka dapat diketahui bahwa konstanta nilai 1,054 yang berarti jika tidak ada variabel x (label halal) maka nilai volume penjualan sebesar 1,054. Sedangkan, nilai b (koefisien regresi) adalah 1,171X yang berarti jika variabel X (label halal) mengalami kenaikan 1% maka variabel Y (Volume Penjualan) mengalami peningkatan sebesar 1,171.

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di Holland Bakery di Kota Manado. Peneliti mengambil lokasi penelitian di seluruh *counter* penjualan Holland Bakery yang ada di Manado. Dalam penelitian ini, meneliti para konsumen yang datang di Holland Bakery untuk membeli mudah untuk didapat dan dijangkau. Di setiap *counter* penjualan memiliki ruang masuk untuk datang membeli dapat dilakukan dengan mudah, sehingga peneliti dapat menemukan responden yang bisa berpartisipasi dalam penelitian ini yang dianggap oleh peneliti cocok dijadikan sebagai responden yaitu konsumen muslim. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan konsumen dalam rentan usia 15- 53 tahun. Ini membuktikan bahwa produk Holland Bakery bisa dikonsumsi oleh siapapun dari usia yang masih muda sampai lanjut usia. Holland Bakery memiliki produk yang sangat berkualitas sehingga banyak konsumen yang loyal terhadap produk tersebut walaupun harganya lebih mahal dibandingkan dengan produk *bakery* lain. Ini dapat dilihat dari segmentasi pasar yang dimiliki oleh Holland Bakery yaitu pada kelas masyarakat menengah ke atas. Dengan beragam pekerjaan yang dimiliki oleh masyarakat Manado khususnya konsumen Holland Bakery harga tidak menjadi masalah karena kualitas yang diberikan setara dengan jumlah harga yang dikeluarkan. Holland Bakery ingin menjaga kualitas baiknya sebagai toko kue dan roti yang menyediakan roti dan kue dengan kualitas yang terbaik saja sehingga konsumen dapat menjadi lebih loyal pada Holland Bakery. Selain itu, Holland Bakery juga memberikan kualitas pelayanan yang baik pada konsumennya sehingga konsumen menjadi tidak jera untuk membeli lagi produk Holland Bakery. Letak Holland Bakery juga sangat strategis, dengan banyaknya gerai Holland Bakery yang tersebar di kota Manado tidak menyulitkan konsumen dalam membeli produk Holland Bakery yang diinginkan. Letak gerai Holland Bakery juga sangat strategis yaitu berada pada ruas jalan besar kota ataupun di sekitar mall- mall dan sering juga dilalui kendaraan sehingga tidak membuat konsumen merasa kesulitan ketika mencari lokasi Holland Bakery.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji dari data yang diperoleh dari setiap responden dinyatakan terdistribusi normal sehingga layak untuk diuji dengan uji linearitas dan regresi linear sederhana. Hal itu dibuktikan dengan hasil pengujian uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas data yang dilakukan dengan teknik *Kolmogorov- Smirnov* dengan taraf signifikan 5% (0,05). Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 0,05. Setelah dilakukan pengujian, dapat diketahui nilai *unstandardized*

residual adalah 0,069. Dengan demikian dapat dikatakan hasil uji normalitas dengan menggunakan teknik Kolmogorov- Smirnov variabel X (Label Halal) dinyatakan berdistribusi normal karena memiliki nilai unstandardized residual $> 0,05$.

Selanjutnya, dari hasil uji linearitas diketahui nilai apabila apabila nilai *deviation from linearity* > 0.05 maka terdapat hubungan yang linear. *deviation from linearity* adalah 0,695. Setelah dilakukan pengujian, nilai *deviation from linearity* terdapat hubungan yang linear, karena memiliki nilai *deviation from linearity* $> 0,05$.

Selanjutnya, dari hasil uji korelasi yang telah dilakukan, diketahui nilai korelasi antara variabel X dan Variabel Y adalah $0,562 > 0$. Maka H_a diterima dan H_0 di tolak, artinya bahwa Label Halal berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Volume Penjualan.

Kemudian berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dengan uji koefisien determinasi diketahui nilai R^2 (R Square) dari tabel *Model Summary* adalah 0,315 atau sekitar 31,5%. Hal ini berarti bahwa pengaruh variabel independen (Label Halal) terhadap variabel dependen (Volume Penjualan) adalah sebesar 31,5%. Sedangkan, sisanya 68,5% ($100-31,5= 68,5\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Ini juga dapat dilihat dari hasil uji regresi linear sederhana diketahui bahwa konstanta nilai 1,054 yang berarti jika tidak ada variabel x (label halal) maka nilai volume penjualan sebesar 1,054. Sedangkan, nilai b (koefisien regresi) adalah 1,171X yang berarti jika variabel X (label halal) mengalami kenaikan 1% maka variabel Y (Volume Penjualan) mengalami peningkatan sebesar 1,171.

Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian selama 2 bulan yang diambil dari beberapa konsumen Holland Bakery di kota Manado yang telah diberikan kuesioner penelitian tentang Dampak Label Halal MUI terhadap Volume Penjualan Holland Bakery di kota Manado maka peneliti menarik kesimpulan dari rumusan masalah yang ada yaitu variabel label halal berpengaruh positif dan signifikansi terhadap volume penjualan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji korelasi *product moment* diketahui nilai korelasi antara variabel X dan Variabel Y adalah $0,562 > 0$. Maka H_0 di tolak dan H_a diterima, artinya bahwa Label Halal berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Volume Penjualan. Kemudian, berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dengan uji koefisien determinasi diketahui nilai R^2 (*R Square*) dari tabel *Model Summary* adalah 0,315 atau sekitar 31,5%. Hal ini berarti bahwa pengaruh variabel independen (Label Halal) terhadap variabel dependen (Volume Penjualan) adalah sebesar 31,5%. Sedangkan, sisanya 68,5% ($100-31,5= 68,5\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, penulis mempunyai beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan, peneliti, akademisi dan bagi yang membacanya.

1. Pihak perusahaan perlu memberi perhatian pada produk- produknya untuk mencantumkan label halal (pelabelan), agar dapat meningkatkan penjualan dan mampu memperluas pangsa pasar.
2. Bagi Konsumen harus lebih teliti sebelum memutuskan membeli sebuah produk, untuk lebih memperhatikan label halal yang terdapat

pada kemasan produk karena produk yang telah dinyatakan halal oleh pihak yang berwenang cenderung lebih aman di bandingkan produk yang belum mencantumkan label halal.

3. Bagi prodi Ekonomi Syariah diharapkan hasil penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan terutama pada mata kuliah manajemen pemasaran.
4. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat memperluas kajian tentang hal-hal lain yang harus dipertimbangkan sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk makanan dan juga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap variabel-variabel selain label halal yang termasuk dalam strategi pemasaran yang berpengaruh terhadap volume penjualan.

Daftar Pustaka

- Adisasmito Wiku. Jurnal Kebijakan Nasional MUI dan BPOM. *Analisis Kebijakan Nasional MUI dan BPOM Dalam Labeling Obat dan Makanan*, 2010.(online).<https://www.google.com/search?ie=UTF8&client=msandroid&source=androidbrowser&q=adisasmito+dan+wiku+jurnal+kebijakan+nasional+Mui+dan+BPOM>. (diakses tanggal 21 Mei 2018)
- Amir M. Taufik. 2005. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Hasan Iqbal. 1990. *Pokok-pokok Materi Statistik 1*. Jakarta: Bumi Aksara
- Ardiyanta, Oky. 2013. *Analisis Strategi Distribusi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan*. Skripsi Yogyakarta: UNY
- Arianti Jeni 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Holland Bakery Kota Batam*. Tugas Akhir. Batam: Akademi Akuntansi Permata Harapan.
- Badan Pusat Statistik- Provinsi Sulawesi Utara. (online). https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kota_Manado (diakses tanggal 1 Agustus 2018)
- Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji. 2003. *Petunjuk Teknis Pedoman System Produksi Halal*. Jakarta: Departemen Agama
- Bagus I Gusti. 2018. *Statistik Penelitian Bisnis dan Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI
- Burhanuddin. 2011. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*. Malang: UIN Maliki Press
- Cahyati Rikka. 2016. *Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Minat Beli Luwak White Coffe*. Skripsi. Samarinda: Universitas 17 Agustus 1945

Departemen Agama RI, *Al' Qur'an dan Terjemahan*

Holland Bakery Resmi Kantongi Sertifikat Halal MUI. 2017.[Berita]. *VoaIslamTv.* (Online),<http://m.voaislam.com/news/syariahbiz/2017/07/12/51899/holland-bakery-resmikantongi-sertifikat-halal-mui/> (diakses tanggal 21 Mei 2018)

J. Stanton William. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga, 2004

Komputer Wahana. 2009. *Solusi Mudah dan Cepat Menguasai SPSS 17.0 untuk Pengolahan Data Statistik.* Jakarta: PT. Gramedia

Kotler Philip dan Amstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* England: Pearson

Kotler Philip dan Gary Amstrong. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I.* Jakarta: PT. Salemba Empat

Lumintang G. Rotinsulu J.J. ²⁰¹⁵. *Jurnal Emba. Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado 1292* Vol. 3 No. 1. (online). https://www.google.com/search?safe=strict&client=msandroidsamsung&source=androidbrowser&ei=PmqmW9K2HcO1rQGA3YHABw&ins=false&q=lumintangjurnal+emba+analisis+ualitas&oq=lumintangjurnal+emba+analisis+kualitas&gs_l=mobilegswizserp.330i10.14270.16426..20148100229.1903.0j7j30141.swxJxuOr5S8 (diakses tanggal 21 Mei 2018)

Marbun B.N. 2003. *Kamus Manajemen.* Jakarta: Pustaka Sinar Harapan

Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji. 2003. *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal.* Jakarta: Departemen Agama

Muhamad. 2016. *Ekonomi Mikro Islam .*Yogyakarta: BPFE

Nurain Henny. 2007. *Memilih dan Membuat Jajanan Anak yang Sehat & Halal.* Jakarta: Qultum Media

Pertiwi Intan Citra 2017. *Manajemen Strategik Holland Bakery.* (Online). <Http://Ciitratsunamii.Blogspot.Com/2017/01/ManajemenStrategikHollandBakery.Html?M=1> (diakses tanggal 20 Mei 2018)

Purnamasari Teti Indrawati. 2005. *Jurnal-Istinbath. Sertifikasi dan Labelisasi Produk Pangan Halal dalam Rangka Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia.* No. 1 Vol. 3. (online). https://www.google.com/search?safe=strict&client=msandroidsamsung&source=androidbrowser&ei=62ymWPIMnbvgTv9ZSQBA&ins=false&q=teti+indrawati+purnamasari+jurnal+istinbath+sertifikat+dan+labelisasi+produk+pangam&oq=teti+indrawati+purnamasari+jurnal+istinbath+sertifikat+dan+labelisasi+produk+pangam&g_l=mobilegswizserp333i10.15644.18891193390.0..0.249.2593.0j12j20130i10.FNT0UQG5Zsk. (diakses tanggal 21 Mei 2018)

- Purwonto Agus. 2007. *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial*. Jakarta: Grasindo
- Qardhawi Yusuf. 2001. *Halal dan Haram dalam Islam*. Yogyakarta: Era Intermedia
- Qardhawi Muhammad Yusuf. 1993. *Halal dan Haram Dalam Islam*. Semarang: PT. Bina Ilmu
- Qardhawi, Yusuf. 2007. *Halal dan Haram Dalam Islam*. Surakarta: Era Intermedia
- Rangkuti Freddy. 2008. *Strategi Promosi Yang Kreatif*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Repubik Indonesia. “Keputusan Menteri Agama RI Nomor 518 Tahun 2001 Tanggal 30 November 2001 tentang Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal”. Jakarta: 2001
- Repubik Indonesia. “Peraturan Pemerintah RI Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan”. Jakarta: 1999.
- Sandoso Purbayu, Muliawan Handani. 2007. *Statistika Deskriptif dalam Bidang Ekonomi dan Niaga*. Jakarta: Erlangga
- Santoso Sigih. 2010. *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Santoso Sigih. 2017. *Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Siboro Benny. *Analisis Strategi Saluran Distribusi Minyak Pelumas Enduro*. Skripsi: Riau: Universitas Riau
- Siregar, Muhammad Rafi. 2016. *Pengaruh Labelisasi Halal MUI Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Sufren. 2014. *Belajar Otodidak SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Sugiyono. 2014. *Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta
- Swastha Basu dan Irawan. 2017. *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan Ketiga Belas. Yogyakarta: Liberty
- Tarik Jabal dan Ainur Rahib. 1996. Jurnal Bestari. *Standardisasi Sertifikasi dan Labelisasi Halal Serta Pengawasannya*. (online). <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/bestari/article/view/3009/3670> (diakses tanggal 20 Mei 2018)

Utami. 2013. *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian*, Skripsi.
Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga