PENGARUH LABELISASI HALAL, RELIGIUSITAS, PENDAPATAN DAN HARGA TERHADAP PERMINTAAN KONSUMEN

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana

ANGGA PRATAMA PUTRA

NIM. B1062211014

PROGRAM STUDI S1 EKONOMI ISLAM

FAKULAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Angga Pratama Putra
NIM	:	B1062211014
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan (IESP)
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Judul Proposal / TA	:	Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas, Pendapatan dan Harga Terhadap Permintaan Konsumen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA) dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Tugaas Akhir (TA) dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 28 Juli 2025



Angga Pratama Putra

NIM. B1062211014

LEMBAR PESETUJUAN TUGAS AKHIR

Dengan ini, Pembimbing Tugas Akhir (TA) mahasiswa :

Nama	:	Angga Pratama Putra
NIM	:	B1062211014
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan (IESP)
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Judul Proposal / TA	:	Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas, Pendapatan dan Harga Terhadap Permintaan Konsumen

Menyatakan bahwa Tugas Akhir (TA) tersebut telah dikoreksi dan disetujui untuk diuji.

	Nama/NIP	Tgl/Bln/Thn	Tanda Tangan
Pembimbing Tugas Akhir	Dr. Erni Panca Kurniasih, SE.Msi NIP. 197206071998032001	28/7/25	

LEMBAR YURIDIS

Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas, Pendapatan dan Harga Terhadap Permintaan Konsumen

Penanggung Jawab Yuridis

Angga Pratama Putra
B1062211014

Jurusan	:	Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Tgl Ujian Skripsi/Tugas Akhir	:	10 September 2025

Majelis Penguji

No.	Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
1.	Pembimbing Utama	Dr. Erni Panca Kurniasih, S.E., M.Si. NIP 197206071998032001	22/9/2025	
2.	Ketua Penguji	Sisi Amalia, S.E., M.A. NIP 198602072023212048	18/9/2025	
3.	Anggota Penguji	M. Iman Taufik, S.E., M.E. NIP 198611232022031002	18/9/2025	

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Skripsi/Tugas Akhir

Palu, 23 SEP 2025
Koordinator Program Studi Ekonomi Islam

Dr. Hj. Mernet Agustiar, S.E., M.A.
NIP 196308151987031005

LEMBAR PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Angga Pratama Putra
NIM	:	B1062211014
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan (IESP)
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Judul Proposal / TA	:	Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas, Pendapatan dan Harga Terhadap Permintaan Konsumen

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber bauk yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Pontianak, 21 September 2025



Angga Pratama Putra

NIM. B1062211014

UCAPAN TERIMA KASIH

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيم

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas, Pendapatan dan Harga Terhadap Permintaan Konsumen**". Shalawat dan salam tidak lupa penulis haturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya. Penulisan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktu yang ditentukan tanpa pertolongan Allah SWT, serta berbagai pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis baik dukungan materil, doa, tenaga, pikiran hingga motivasi. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Teristimewa kedua orang tua tercinta dan terhebat penulis yaitu Ayahanda Sadikin dan Ibunda Ima Yanti yang telah terus berjuang dan selalu berusaha tanpa mengeluh agar penulis bisa sampai berada di titik ini. Tidak henti-hentinya memberikan semangat, motivasi, dan nasehat serta do'a yang selalu mengiringi setiap langkah dan perjuangan untuk kesuksesan penulis, sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan.
2. Kepada adik penulis yaitu Reza Duwi Putra yang selalu menjadi penyemangat dan tempat kompromi dan diskusi serta tempat menghilangkan rasa beban yang sedang penulis rasakan. Walaupun sering tidak akur jika lagi bersama, tapi itu merupakan obat penyembuh rasa penat dan lelah bagi penulis.
3. Tidak lupa kepada nenek penulis yaitu nenek Hamsiah serta keluarga besar yang selalu peduli dan memperhatikan penulis. Perhatian dan kepedulian kalian membuat penulis percaya bahwa setiap hari yang penulis lalui selama menempuh pendidikan perkuliahan dikota orang ini masih baik-baik saja.

4. Bapak Prof. Dr. Garuda Wiko, S.H., M.Si. selaku Rektor Universitas Tanjungpura Pontianak Periode 2023 – 2027.
5. Ibu Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
6. Ibu Nurul Bariyah, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
7. Bapak Dr. H. Memet Agustiar, S.E., M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
8. Ibu Dr. Erni Panca Kurniasih, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak membantu, meluangkan waktu, memberikan arahan dan bimbingan selama masa perkuliahan hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.
9. Ibu Sisi Amalia, S.E., M.A. dan Bapak M. Iman Taufik, S.E., M.E. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini.
10. Seluruh jajaran dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
11. Seluruh dosen pengajar Program Studi Ekonomi Islam yang telah mengajarkan ilmu yang bermanfaat, memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
12. Staf Akademik, Tata Usaha dan Staf Perpustakaan serta semua karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, yang telah banyak membantu proses perkuliahan sampai pada penyelesaian tugas akhir ini.
13. Himpunan Mahasiswa Ekonomi Islam (HIMAEKIS) dan seluruh rekan seperjuangan angkatan 2021 (PPAPK) terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang senantiasa diberikan.

14. Untuk diri saya sendiri, yang tidak pernah berhenti untuk berjuang, tidak pernah menyerah dan selalu berusaha dalam kondisi dan keadaan apapun walaupun terkadang sering juga mengeluh.
15. Dan kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Semoga segala kebaikan, dukungan dan bantuan yang telah diberikan menjadi ladang pahala dan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam menambah wawasan, informasi dan ilmu pengetahuan bagi pembacanya.

Pontianak, 23 September 2025



Angga Pratama Putra

B1062211014

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh labelisasi halal, religiusitas, pendapatan, dan harga terhadap permintaan konsumen di waralaba Solaria Kota Pontianak. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim akan pentingnya mengonsumsi makanan halal dan thayyib sebagai bagian dari kepatuhan terhadap ajaran Islam. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Data diperoleh dari 100 responden Muslim yang pernah makan di Solaria Pontianak dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil uji validitas, reliabilitas, serta asumsi klasik menunjukkan bahwa data layak dianalisis secara statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, labelisasi halal, religiusitas, dan pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan konsumen, sedangkan harga berpengaruh negatif signifikan. Namun secara simultan, keempat variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap permintaan. Koefisien determinasi sebesar 91,7% menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan hampir seluruh variasi permintaan konsumen. Temuan ini menegaskan bahwa perilaku konsumsi konsumen tidak hanya didorong oleh faktor ekonomi, tetapi juga nilai religius dan spiritual. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan strategi pemasaran produk halal, serta memperkuat pentingnya ekonomi syariah dalam mendukung konsumsi yang bertanggung jawab dan sesuai dengan nilai-nilai keislaman.

Kata kunci: Label Halal, Religiusitas, Pendapatan, Harga, Permintaan Konsumen, Ekonomi Islam.

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh label halal, religiusitas, pendapatan, dan harga terhadap permintaan konsumen pada waralaba Solaria di Kota Pontianak. Latar belakang penelitian ini dilandasi oleh meningkatnya kesadaran konsumen terhadap pentingnya aspek kehalalan, kesehatan, dan kualitas makanan, terutama di tengah mayoritas penduduk Muslim di Pontianak. Label halal dinilai sebagai jaminan kepatuhan syariat dan keamanan produk, sementara tingkat religiusitas konsumen berpengaruh terhadap kecenderungan mereka dalam memilih makanan yang sesuai nilai keagamaan. Pendapatan juga berperan penting, karena semakin tinggi daya beli, maka semakin besar pula peluang konsumen memilih produk yang berkualitas dan halal. Di sisi lain, harga tetap menjadi pertimbangan utama bagi konsumen, khususnya yang berasal dari kelompok menengah ke bawah. Penelitian ini penting untuk memberikan pemahaman bagi pelaku usaha terkait strategi pemasaran produk halal dan dapat menjadi kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan ekonomi halal di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan memberi manfaat secara sosial dan agamis, yakni meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi produk halal sebagai bagian dari ketaatan kepada Allah dan menjaga keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan ukhrawi.

Teori dalam penelitian ini ialah teori permintaan dalam perspektif ekonomi konvensional dan ekonomi Islam. Dalam ekonomi konvensional, permintaan didefinisikan sebagai hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan tingkat harga dalam periode tertentu, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pendapatan, harga barang terkait, dan ekspektasi harga di masa depan. Hukum permintaan menyatakan bahwa semakin tinggi harga, semakin rendah jumlah barang yang diminta, dengan asumsi faktor lain tetap (ceteris paribus). Kurva permintaan digunakan untuk menggambarkan hubungan tersebut, dan dapat bergeser akibat perubahan faktor-faktor non-harga. Sementara itu, dalam ekonomi Islam, teori permintaan tidak hanya mempertimbangkan aspek harga dan utilitas, tetapi juga memperhatikan prinsip syariah seperti kehalalan produk, etika,

dan tanggung jawab sosial. Konsumen Muslim diharapkan memilih produk yang halal dan thayyib, serta menghindari yang haram, sesuai dengan perintah dalam Al-Qur'an. Dalam pilihan antara produk halal dan haram, seorang Muslim tetap memilih yang halal meskipun lebih mahal, karena keputusan pembelian dipengaruhi oleh nilai religius dan pertimbangan maslahah. Namun, dalam kondisi darurat, Islam memperbolehkan konsumsi produk haram sebatas untuk menyelamatkan nyawa, di mana hukum permintaan konvensional tidak berlaku. Secara keseluruhan, teori permintaan dalam ekonomi Islam memberikan pendekatan yang lebih komprehensif dengan menggabungkan aspek ekonomi dan nilai-nilai keagamaan.

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel secara statistik. Lokasi penelitian adalah Kota Pontianak dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih secara purposive, yaitu konsumen muslim yang pernah makan di Solaria dan berusia 17–50 tahun. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala Likert dan studi literatur. Pengukuran variabel dilakukan menggunakan instrumen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya dengan bantuan SPSS. Analisis data meliputi statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden, serta uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas) untuk memastikan kelayakan model regresi. Selanjutnya, dilakukan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial dari variabel bebas terhadap permintaan konsumen, melalui uji F, uji t, dan koefisien determinasi (R^2). Metode ini diharapkan mampu memberikan hasil yang valid, reliabel, dan menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti secara objektif.

Berdasarkan hasil analisis data, seluruh instrumen kuesioner dalam studi ini dinyatakan valid dan reliabel, dan oleh karena itu layak untuk mengukur variabel yang diteliti. Uji asumsi klasik menunjukkan bahwa data terdistribusi normal, tidak ada multikolinearitas antara variabel independen, serta tidak terdapat masalah heterokedastisitas. Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa model memiliki koefisien determinasi sebesar 91,7%, yang

berarti variabel labelisasi halal, religiusitas, pendapatan, dan harga secara bersama-sama mampu menjelaskan 91,7% variasi dalam permintaan konsumen. Secara parsial, labelisasi halal, religiusitas, dan pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan konsumen, sedangkan harga berpengaruh negatif signifikan secara parsial. Namun secara simultan, keempat variabel tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa aspek kehalalan, nilai religius, dan pendapatan serta harga merupakan faktor utama yang memengaruhi permintaan konsumen di waralaba Solaria Kota Pontianak. Hal ini menegaskan bahwa dalam konteks makanan, keputusan pembelian tidak hanya ditentukan oleh logika ekonomi semata, tetapi juga oleh nilai-nilai keimanan dan tanggung jawab spiritual konsumen. Temuan ini memperkaya pemahaman tentang perilaku konsumen dan memberikan implikasi penting bagi pelaku usaha.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI i
DAFTAR TABEL iii
DAFTAR GAMBAR iv
DAFTAR LAMPIRAN v
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 8
1.3 Pertanyaan Penelitian 8
1.4 Tujuan Penelitian 8
1.5 Manfaat Penelitian 9
BAB II KAJIAN PUSTAKA 10
2.1 Kajian Teori 10
2.1.1 Permintaan 10
2.1.2 Labelisasi Halal 20
2.1.3 Religiusitas 21
2.1.4 Pendapatan 22
2.1.5 Harga 22
2.2 Kajian Empiris 23
2.2.1 Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Permintaan Konsumen 23
2.2.2 Pengaruh Religiusitas terhadap Permintaan Konsumen 24
2.2.3 Pengaruh Pendapatan terhadap Permintaan Konsumen 26
2.2.4 Pengaruh Harga terhadap Permintaan Konsumen 27
2.3 Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian 29
BAB III METODE PENELITIAN 31
3.1 Bentuk Penelitian 31
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian 31
3.3 Data 32
3.4 Populasi dan Sampel 32

3.5 Variabel 33
3.6 Metode Pengumpulan Data 34
3.7 Pengukuran Variabel Penelitian 34
3.8 Metode Analisis 35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 43
4.1 Analisis Deskriptif 43
4.2 Uji Validitas 48
4.3 Uji Reabiltas 50
4.4 Uji Asumsi Klasik 51
4.5 Uji Regresi Linear Berganda 54
4.6 Pembahasan 60
4.6.1 Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Permintaan Konsumen 60
4.6.2 Pengaruh Religiusitas terhadap Permintaan Konsumen 62
4.6.3 Pengaruh Pendapatan terhadap Permintaan Konsumen 63
4.6.4 Pengaruh Harga terhadap Permintaan Konsumen 65
4.6.5 Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas, Pendapatan, dan Harga terhadap Permintaan Konsumen 67
BAB V PENUTUP 70
A. Kesimpulan 70
B. Saran 72
DAFTAR PUSTAKA 74
LAMPIRAN 78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut Di Kota Pontianak (Jiwa) 4
Tabel 1. 2 PDRB Per Kapita Kecamatan di Kota Pontianak Tahun 2019-2020..... 6
Tabel 3. 1 Tingkat Indikator Dengan Skala Likert 35
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 43
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia..... 44
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendapatan 45
Tabel 4. 4 Uji Statistik Deskriptif 46
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas..... 49
Tabel 4. 6 Reability Statistics..... 50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov 51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas..... 52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 54
Tabel 4. 10 Hasil Koefisien Determinasi (R2)..... 56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Parsial (Uji t) 57
Tabel 4. 12 Hasil Simultan (Uji F)..... 59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Pergeseran Kurva Permintaan Pengaruh Harga Komoditas..... 13
Gambar 2. 2 Pergeseran Kurva Permintaan Pengaruh Bukan Harga Komoditas . 14
Gambar 2. 3 Kerangka Konseptual 29
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heterokedastisitas 53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 78
Lampiran 2 Hasil Olah Data Excel.....81

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permintaan konsumen merupakan aspek sentral dalam aktivitas ekonomi yang menunjukkan mint serta kapasitas individu maupun kelompok untuk membeli barang atau jasa pada harga tertentu dalam periode tertentu. Dalam industri makanan, khususnya di daerah perkotaan seperti Pontianak, permintaan konsumen semakin kompleks, dipengaruhi oleh perkembangan gaya hidup, tingkat pendapatan, nilai-nilai religius, serta kesadaran akan kesehatan dan kualitas produk yang dikonsumsi.

Menurut Nitisusastro (2012), istilah konsumen tidak hanya merujuk pada pembeli, tetapi juga mencakup pengguna, pemakai, penikmat, hingga pengonsumsi suatu produk. Seiring berkembangnya informasi dan teknologi, terutama melalui media sosial, sekarang konsumen dapat mengakses informasi yang lebih beragam tenang makanan, termasuk asal-usul bahan, kebersihan, serta status kehalalan suatu produk. Hal ini memperkuat perubahan perilaku konsumen, yang sekarang tidak hanya memikirkan rasa dan harga, tetapi juga memperhatikan nilai dan keyakinan pribadi saat mengambil keputusan pembelian.

Konsumen pada sektor kuliner pada saat ini semakin memahami betapa pentingnya kesehatan dari makanan yang mereka pilih. Mereka cenderung mencari makanan yang tidak hanya enak tetapi juga bergizi dan aman untuk dikonsumsi. Selain itu, dengan adanya media sosial dan platform online, informasi mengenai tempat makan dan ulasan makanan dapat dengan mudah diakses, sehingga mempengaruhi persepsi dan permintaan konsumen. Konsumen juga lebih terbuka terhadap berbagai jenis masakan, termasuk makanan tradisional, internasional, dan makanan cepat saji.

Salah satu faktor penting dalam keputusan konsumsi makanan bagi masyarakat Muslim adalah label halal. Label ini bukan sekadar simbol keagamaan, melainkan penanda jaminan bahwa produk tersebut memenuhi

ketentuan syariat Islam, mencakup bahan, cara pembuatan, hingga distribusi. Di Kota Pontianak, yang mayoritas penduduknya beragama Islam, keberadaan label halal memiliki dampak yang besar terhadap permintaan konsumen.

Berdasarkan data penerbitan sertifikat halal tahun 2022, usaha mikro dan kecil (UMKM) tercatat sebagai kelompok usaha yang paling banyak memperoleh sertifikasi halal. Secara nasional, jumlah sertifikat halal yang diterbitkan untuk skala usaha mikro dan kecil mencapai 93.135 sertifikat. Angka ini menunjukkan bahwa UMKM menjadi sektor dominan dalam implementasi sertifikasi halal di Indonesia. Kondisi tersebut sejalan dengan karakteristik UMKM yang jumlahnya sangat besar dan berperan penting dalam penyediaan produk konsumsi sehari-hari, khususnya pangan. Sementara itu, di Provinsi Kalimantan Barat jumlah sertifikat halal yang diterbitkan untuk skala usaha mikro dan kecil tercatat sebanyak 435 sertifikat. Jumlah tersebut memang relatif kecil dibandingkan provinsi dengan jumlah UMKM yang lebih besar, namun tetap menggambarkan adanya perhatian pelaku UMKM di Kalimantan Barat terhadap pentingnya jaminan produk halal. Fakta ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal di tingkat UMKM tidak hanya menjadi tuntutan regulasi, tetapi juga kebutuhan pasar dalam memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada konsumen. (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, 2022)

Untuk mendorong peningkatan jumlah produk bersertifikat halal, Kemenag luncurkan “Sehati” program Sertifikasi Halal Gratis bagi UMK. Kementerian Agama pada 8 September 2021 meluncurkan Program Sertifikasi Halal Gratis atau Sehati bagi pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK). Program Sehati dirilis oleh Menteri Agama Yaqut Cholil Qoumas. Program Sertifikasi Halal Gratis (*Sehati*) untuk mendukung Usaha Mikro dan Kecil (UMK) agar lebih mudah memperoleh sertifikat halal tanpa biaya. Program ini menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing produk halal di pasar nasional maupun global, sejalan dengan berkembangnya *halal lifestyle*. Melalui kolaborasi dengan berbagai pihak, proses sertifikasi dilakukan

sepenuhnya secara digital lewat aplikasi *Sihalal*, sehingga lebih cepat, transparan, dan mudah diakses oleh pelaku UMK. (Andrios, 2021)

Di Pontianak sendiri, upaya untuk memperkuat labelisasi halal semakin digalakkan. Salah satu bentuk dukungan yang diberikan adalah melalui acara *Public Hearing dan Temu Konsultasi Pendampingan PPH Akselerasi 10 Juta Sertifikat Halal*, yang bertujuan untuk mempercepat penerbitan sertifikat halal demi mendukung pemulihan ekonomi nasional. Acara ini diselenggarakan di Hotel Grand Mahkota Pontianak. Pemerintah Provinsi Kalimantan Barat menghapus biaya untuk mendapatkan sertifikat halal melalui *Dinas Perindustrian, Perdagangan, Energi, dan Sumber Daya Mineral* pada tahun 2021 sebagai bagian dari inisiatif untuk meningkatkan jumlah produk halal. (Tribun Pontianak, 2022).

Sebagai bagian dari tren nasional di Indonesia, yang saat ini gencar mempromosikan industri halal di berbagai sektor, Pontianak bisa mengambil peran lebih besar, terutama dalam menciptakan ekosistem yang mendukung bisnis kuliner halal. Implementasi standar halal yang kuat, edukasi terhadap pelaku usaha, dan kesadaran masyarakat akan kehalalan produk akan memperkuat posisi Pontianak dalam industri ini di tingkat nasional. Produk berlabel halal dipercaya lebih oleh konsumen, karena dianggap memberikan jaminan atas kebersihan, kualitas, dan kehalalan produk sesuai dengan syariat Islam.

Data jumlah penduduk Kota Pontianak tahun 2022 dan 2023 berdasarkan kecamatan dan agama pada tabel 1.1 dibawah ini, menunjukkan bahwa mayoritas penduduknya beragama Islam, akibatnya, label halal mungkin memainkan peran penting dalam pilihan konsumen. Bagi konsumen Muslim, tanda halal menunjukkan kepatuhan pada prinsip-prinsip Islam di samping memastikan keamanan produk. Keberagaman agama di Pontianak juga menunjukkan bahwa aspek religiusitas dapat memengaruhi preferensi konsumsi secara umum. Selain itu, maraknya peredaran produk yang mengandung zat berbahaya atau tidak halal semakin menegaskan pentingnya labelisasi halal sebagai jaminan keamanan dan kenyamanan. Hal ini sejalan

dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang menekankan pentingnya pelabelan halal untuk melindungi konsumen.

Tabel 1. 1

Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut Di Kota Pontianak (Jiwa)

Kecamatan	Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut di Kota Pontianak (Jiwa)													
	Islam		Protestan		Katolik		Hindu		Budha		Konghucu		Lainnya	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Pontianak Selatan	50.904	51.710	7.523	7.566	11.194	11.346	14	12	22.415	21.971	623	680	-	-
Pontianak Tenggara	36.504	97.108	3.559	3.286	3.580	3.433	75	60	5.103	5.048	128	186	-	-
Pontianak Timur	95.846	133.086	3.259	4.943	3.429	5.974	62	46	5.122	7.288	179	212	-	4
Pontianak Barat	131.899	103.869	4.952	7.623	5.956	7.891	50	67	7.498	26.588	199	1.834	4	1
Pontianak Kota	101.460	102.903	5.969	6.001	8.110	8.186	49	44	11.368	11.218	237	261	-	-
Pontianak Utara	102.339	36.841	7.395	3.616	7.753	3.655	66	76	26.837	5.106	1.739	132	1	1
Kota Pontianak	518.952	525.517	32.657	33.035	40.022	40.485	316	305	78.343	77.219	3.105	3.305	5	6

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Pontianak Tahun 2024

Konsumen yang sangat religius semakin percaya pada produk halal. Bagi mereka, keputusan pembelian makanan tidak hanya menyangkut dengan aspek jasmani, tetapi juga menjadi bagian dari kepatuhan spiritual, sebagaimana disebutkan dalam firman Allah **QS Al-Maidah: 88:**

وَكُلُوْا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللّٰهُ حَلٰلًا طَيِّبًا ۖوَّاتَّقُوا اللّٰهَ الَّذِيْٓ اَنْتُمْ بِهٖ مُؤْمِنُوْنَ

Artinya: "Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman"

Tafsir Kemenag: Allah SWT memerintahkan hamba-Nya untuk mengkonsumsi rezki yang baik dan halal dalam ayat ini. Halal di sini memiliki dua makna. Pertama, halal dari segi zatnya, yang berarti tidak mengandung makanan seperti bangkai, darah, babi, atau minuman beralkohol yang dilarang dalam Islam. Kedua, halal dari cara mendapatkannya, yaitu diperoleh dengan cara yang dibenarkan agama, seperti membeli, diberi, atau meminjam. Bukan dengan cara yang haram, seperti mencuri, menipu, merampas, korupsi, riba,

atau berjudi. Prinsip “halal dan baik” ini penting diperhatikan saat memilih makanan dan minuman, baik untuk diri sendiri maupun keluarga. Sebab, apa yang kita konsumsi bukan hanya berdampak pada tubuh, tetapi juga pada jiwa.

Konsumen yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung pilih-pilih tentang barang-barang yang mereka beli, memastikan mereka selaras dengan keyakinan mereka. Memastikan bahwa barang-barang adalah komponen dari kewajiban agama konsumen Muslim yang tidak dapat dihindari (Huda et al., 2021). Faktor ini berperan penting dalam memotivasi konsumen untuk memilih produk yang bukan hanya halal, tetapi juga secara moral dan etis sesuai dengan ajaran agama.

Allah berfirman:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا كُلُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا رَزَقْنٰكُمْ وَاشْكُرُوْا لِلّٰهِ اِنْ كُنْتُمْ اِيَّاهُ تَعْبُدُوْنَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, makanlah apa-apa yang baik yang Kami anugerahkan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu benar-benar hanya menyembah kepadda-Nya” **(Qs. Al-Baqarah: 172).**

Tafsir Kemenag: Dalam ayat ini ditekankan agar orang-orang mukmin harus menerima rezeki dengan penuh syukur dan memakan makanan baik yang telah Allah tetapkan. Pada ayat 168 terdapat perintah untuk mengonsumsi makanan yang sehat yang ditujukan kepada seluruh umat manusia. Oleh sebab itu, perintah ini disertai dengan larangan untuk mengikuti ajaran Setan. Sementara dalam ayat ini secara tegas memerintahkan para mukmin agar mereka memakan berkat baik dari Allah. Oleh karena itu, perintah ini juga dilengkapi dengan perintah untuk bersyukur kepada-Nya.

Relevansi ayat ini terhadap variabel religiusitas dalam penelitian ini sangat kuat. Konsumen dengan religiusitas tinggi memiliki kecenderungan untuk melihat makanan tidak hanya dari segi fisik atau kenikmatan, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah dan ketaatan kepada Allah. Jadi, religiusitas menjadi variabel yang kuat dalam mempengaruhi pilihan konsumen terhadap produk halal.

Disisi lain, menurut Sukirno (2015), salah satu variabel paling signifikan yang mempengaruhi permintaan adalah pendapatan. Hal ini berarti pendapatan dapat memengaruhi permintaan konsumen, di mana semakin tinggi pendapatan, konsumen memiliki kapasitas untuk melakukan pembelian produk dan layanan yang lebih besar atau memilih produk dengan kualitas yang lebih baik. Sebaliknya, jika pendapatan konsumen rendah, daya beli menurun, sehingga konsumen cenderung mengurangi permintaan atau memilih produk yang lebih terjangkau. Dengan demikian, pendapatan berperan signifikan dalam membentuk pola konsumsi dan pengambilan keputusan konsumen saat menentukan produk atau layanan yang akan dibeli.

Tabel 1. 2

PDRB Per Kapita Kecamatan di Kota Pontianak Tahun 2019-2020

Kecamatan	PDRB Perkapita (Jutaan Rupiah)		Jumlah Penduduk (Jiwa)	
	2019	2020	2019	2020
Pontianak Selatan	67.153.032,89	69.469.479,33	97.202	90.839
Pontianak Tenggara	35.708.809,79	36.963.808,89	52.326	49.127
Pontianak Timur	15.433.645,39	15.883.467,65	96.029	105.787
Pontianak Barat	28.290.445,66	29.237.883,09	143.060	146.700
Pontianak Kota	46.133.763,38	47.748.105,86	55.324	123.028
Pontianak Utara	29.183.035,72	29.915.271,82	130.344	143.204
Kota Pontanak	**221.902.732,83**	**229.218.016,64**	**463.637**	**658.685**

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Pontianak

Tabel diatas menunjukkan PDRB per kapita di berbagai kecamatan di Kota Pontianak, yang dapat mengindikasikan tingkat pendapatan di daerah tersebut. Penelitian ini dapat menggunakan data ini untuk melihat bagaimana tingkat pendapatan di wilayah tersebut berkaitan dengan permintaan konsumen.

Tidak hanya itu, faktor harga juga merupakan elemen kunci dalam proses pengambilan keputusan membeli. Meskipun label halal dan religiusitas memiliki pengaruh besar, konsumen tetap menilai harga sebagai salah satu variabel utama dalam menentukan pilihan produk. Harga yang kompetitif dan seimbang dengan kualitas produk menjadi daya tarik yang kuat, terutama di kalangan konsumen dengan daya beli menengah ke bawah (Riski, 2022)**,** Dalam konteks ini, keputusan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh keyakinan agama dan sertifikasi halal, tetapi juga oleh harga yang ditawarkan.

Menurut Kotler (2016), mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang dibebankan untuk barang atau jasa. Secara umum, konsumen mencari produk berkualitas tinggi dengan harga yang wajar. Konsumen akan memutuskan untuk membeli produk dan mungkin bahkan merencanakan untuk membeli lebih banyak jika mereka berpikir harga tersebut wajar.

Banyak perusahaan atau pengusaha yang gagal dalam bersaing dikarenakan harga yang telah ditetapkan tidak sesuai dengan harga pasaran.Untuk memastikan bahwa harga yang ditetapkan perusahaan tidak terlalu tinggi atau sebaliknya, penting bagi bisnis untuk memantau tarif yang ditawarkan oleh pesaingnya. Melihat dari lingkungan masyarakat Pontianak yang memiliki daya beli tinggi akan menimbulkan persaingan terhadap produk yang sejenis. Sehingga penentuan harga merupakan daya tarik konsumen untuk memutuskan untuk membeli produk.

Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji **pengaruh label halal, religiusitas, pendapatan dan harga terhadap permintaan konsumen**. Penelitian ini diharapkan akan menawarkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana keempat elemen ini memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk, serta memberikan rekomendasi bagi para pelaku usaha untuk memaksimalkan penggunaan label halal, religiusitas, dan harga sebagai alat peningkatan keputusan pembelian konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Pertumbuhan populasi telah menciptakan peluang besar bagi industri halal, khususnya di Pontianak yang menjadi salah satu kota dengan konsentrasi Muslim tertinggi. Namun, meskipun ada potensi besar, saat ini masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengoptimalkan peluang ini, terutama dalam aspek sertifikasi halal, religiusitas konsumen yang mempengaruhi permintaan konsumen. Selain itu, harga dan pendapatan adalah dua elemen penting lainnya yang memengaruhi permintaan konsumen.

Penelitian ini akan di fokuskan pada pengaruh label halal, religiusitas, pendapatan dan harga terhadap permintaan konsumen pada waralaba solaria di kota Pontianak, khususnya di sektor makanan dan minuman.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dapat disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh label halal dalam mempengaruhi permintaan konsumen?
2. Bagaimana pengaruh religiusitas dalam mempengaruhi permintaan konsumen?
3. Bagaimana pengaruh pendapatan dalam mempengaruhi permintaan konsumen?
4. Bagaimana pengaruh harga dalam mempengaruhi permintaan konsumen?
5. Bagaimana pengaruh label halal, religiusitas, pendapatan dan harga dalam mempengaruhi permintaan konsumen?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengkaji dan menganalisis pengaruh label halal terhadap permintaan konsumen.
2. Mengkaji dan menganalisis pengaruh religiusitas terhadap permintaan konsumen.
3. Mengkaji dan menganalisis pengaruh pendapatan terhadap permintaan konsumen.

4. Mengkaji dan menganalisis pengaruh harga terhadap permintaan konsumen.
5. Mengkaji dan menganalisis pengaruh label halal, religiusitas, pendapatan dan harga terhadap permintaan konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik dari segi teoritis, praktis maupun agamis, sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis: Memberikan masukan bagi pemilik usaha dan pengelola tentang pentingnya peran label halal, religiusitas dan harga sebagai faktor penting dalam meningkatkan loyalitas dan kepercayaan serta keputusan pembelian konsumen.
2. Manfaat Sosial: Memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pentingnya memilih produk yang memiliki sertifikasi halal untuk keamanan dan kepercayaan diri dalam mengonsumsi makanan.
3. Manfaat Agamis: mendukung kesadaran akan pentingnya konsumsi produk halal sebagai bentuk ketaatan kepada Allah dan bagian dari ibadah. Selain itu, penelitian ini mendorong pelaku usaha menyediakan produk halal, sehingga menciptakan ekonomi yang sesuai nilai Islam dan mendukung keseimbangan kebutuhan duniawi dan ukhrawi.