

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang mayoritas penduduk Indonesia bermatapencaharian sebagai pedagang. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan pemegang peran penting dalam salah satu perekonomian di Indonesia dan merupakan tulang punggung untuk perekonomian negara. UMKM menjadi roda penggerak perekonomian di Indonesia yang dikaitkan dengan upaya pemerintah dalam mengatasi masalah pengangguran, kemiskinan, dan pemerataan pendapatan.¹ Dalam proses peningkatan produk UMKM, keputusan pembelian memegang peran yang cukup penting, salah satunya karena kehalalan suatu produk. Sertifikasi halal diberlakukan terhadap sebuah produk, baik produk makanan, minuman, kosmetik, maupun fashion untuk menyatakan kehalalan suatu produk. Dimana setelah sertifikasi halal terbit, maka produk UMKM berhak memberikan label halal terhadap produknya agar dapat mudah diketahui oleh khalayak umum bahwa produk tersebut sudah terjamin kehalalannya.

Tuntutan konsumen terhadap produk halal sekarang semakin besar, mereka tidak hanya menuntut produk yang higienis saja, tetapi juga kandungan halal yang ada di dalam produk tersebut. Adanya label halal juga menjadi kunci yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Islam juga

¹ Novia Putri Romadhoni, *UMKM Pengembangan, Strategi, Dan Studi Kasusnya*, ed. by Hasna Wijayati (UNISRI Press, 2023), 1-5.
<[https://books.google.co.id/books?id=ifnaEAAAQBAJ&lpg=PP1&ots=MO7vAA3SkC&dq=pengertian umkm&lr&pg=PR2#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=ifnaEAAAQBAJ&lpg=PP1&ots=MO7vAA3SkC&dq=pengertian%20umkm&lr&pg=PR2#v=onepage&q&f=false)>.

mengajarkan untuk memperhatikan kualitas, keberadaan produk, dan kejelasan dari produk tersebut.² Dalam Al-Qur'an QS. An-Nahl ayat 114 diterangkan :

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

*Artinya : Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.*³

Dari ayat di atas, dijelaskan bahwa dua hal yang terpenting adalah halal dan baik. Halal yang dimaksudkan adalah sesuatu yang tidak di larang oleh agama, yaitu yang tidak mengandung babi, darah, bangkai, dan hewan yang disembelih tidak menyebut nama Allah. Selain itu, maksud dari baik yaitu tidak najis dan menjijikkan sehingga layak untuk dikonsumsi.⁴ Oleh sebab itu, diperlukan adanya sertifikasi halal yang dapat menyatakan kehalalan suatu produk dengan jelas.

Sertifikasi halal memiliki peran yang cukup penting, salah satunya dapat meningkatkan mutu, kualitas produk, dan keputusan pembelian yang dapat meningkatkan perkembangan ekonomi suatu usaha.⁵ Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH),

² Fadlil Rahmi, 'Pengaruh Label Halal MUI Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Product Cosmetic' (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2022), 4.

³ 'Quran NU' <<https://quran.nu.or.id/an-nahl/114>>, Diakses tanggal 18 November 2024, pukul 21.34 WIB.

⁴ Fadlil Rahmi, 'Pengaruh Label Halal MUI Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Product Cosmetic' (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2022), 5.

⁵ M. Guffar Harahap and others, *Industri Halal Di Indonesia*, ed. by Muhamad Rizal Kurnia (PT Sada Kurnia Pustaka, 2023), 26-27. <[https://books.google.co.id/books?id=NlbPEAAAQBAJ&lpg=PA26&ots=f0bGtWrur0&dq=pengertian sertifikasi halal&pg=PR2#v=onepage&q=pengertian sertifikasi halal&f=false](https://books.google.co.id/books?id=NlbPEAAAQBAJ&lpg=PA26&ots=f0bGtWrur0&dq=pengertian%20sertifikasi%20halal&pg=PR2#v=onepage&q=pengertian%20sertifikasi%20halal&f=false)>.

seluruh produk yang beredar, dijual, atau masuk ke wilayah Indonesia wajib memiliki sertifikat halal. Ketentuan ini diperkuat melalui Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal, yang menetapkan kewajiban tersebut dilakukan secara bertahap. Tahap pertama kewajiban sertifikasi halal dijadwalkan selesai pada 17 Oktober 2024.⁶ Tanpa adanya sertifikasi halal yang tertera pada makanan, masyarakat sulit untuk memastikan bahan, proses pembuatan, serta komposisi yang terdapat pada produk. Adanya sertifikasi halal pada produk, dapat memberikan perlindungan bagi pelaku usaha industri lokal yang membeli atau mengonsumsi barang impor dari luar negeri.⁷ Selain menjamin kehalalan suatu produk, sertifikat halal ini juga berguna dalam meningkatkan nilai tambah bagi *brand* suatu produk. Oleh karena itu, mendapatkan sertifikat halal bukan suatu pilihan melainkan suatu hal wajib dalam menjaga kepercayaan konsumen dalam hal keputusan pembelian sehingga dapat memperluas pasar.⁸

Dengan adanya sertifikat halal yang dimiliki oleh para pelaku UMKM, maka pelaku usaha bisa memberikan label halal untuk kemasan produk yang dimiliki. Label halal merupakan pencantuman sebuah tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut

⁶ BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal), 'Produk Ini Harus Bersertifikat Halal Di Oktober 2024, BPJPH Imbau Pelaku Usaha Segera Urus Sertifikasi Halal', *Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal*, 2023 <<https://bpjph.halal.go.id/detail/produk-ini-harus-bersertifikat-halal-di-oktober-2024-bpjph-imbau-pelaku-usaha-segera-urus-sertifikasi-halal>>. Diakses tanggal 12 Desember 2024, pukul 12.47 WIB.

⁷ Maksudi, Bahrudin, and Nasruddin, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal Dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Konsumen', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.1 (2023), 825–40 <<https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/8508>>.

⁸ Zuraidah Zuraidah, Sayda Firdausi Nuzula, and Angke Latifa, 'Sertifikasi Halal Sebagai Upaya Meningkatkan Branding Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Di Desa Keling Kecamatan Kepung Kabupaten Kediri', *Jurnal Pengabdian Dan Pengembangan Masyarakat Indonesia*, 2.2 (2023), 92–98, doi:10.56303/jppmi.v2i2.148.

berstatus sebagai produk yang sudah halal. Dalam UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menyebutkan bahwa label halal merupakan tanda kehalalan suatu produk. Label Halal Indonesia tersebut menjadi tanda (sign) yang dapat memberikan keterangan serta informasi tentang produk Halal yang ada maupun yang masuk ke Indonesia.⁹ Adanya label halal pada kemasan produk dapat menambah kepercayaan konsumen dan kenyamanan atas pemakaian produk sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.¹⁰

Menurut Kotler dan Armstrong, keputusan pembelian konsumen adalah perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.¹¹ Keputusan pembelian pada suatu produk dapat menjadikan dasar dalam pengembangan produk, penentuan ekstensi perusahaan dan dapat meningkatkan keuntungan suatu perusahaan. Salah satunya Kota Kediri sebagai pusat perdagangan dan industri di Jawa Timur, memiliki dinamika pasar yang unik dan beragam. Dengan pertumbuhan ekonomi yang stabil serta perkembangan sektor usaha kecil dan menengah (UKM), keputusan pembelian konsumen di kota ini menjadi faktor penting dalam strategi bisnis.

Kota Kediri merupakan salah satu kota berkembang yang melakukan pemberdayaan terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah. UMKM di Kota Kediri

⁹ Faisal Muzzammil, 'Makna Label Halal Indonesia Dalam Perspektif Semiotika: Analisis Semiotika Roland Barthes', *Wawasan: Jurnal Kediklatan Balai Diklat Keagamaan Jakarta*, 4.1 (2023), 120–52, doi:10.53800/wawasan.v4i1.219.

¹⁰ Nur Aeni and Maya Tri Lestari, 'Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah', *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 1.2 (2021), 117–26, doi:10.47709/jebma.v1i2.996.

¹¹ Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 158.

mengalami perkembangan cukup pesat yang tersebar di 3 kecamatan, Kecamatan Kota, Kecamatan Mojoroto, dan Kecamatan Pesantren. Jumlah UMKM di Kota Kediri mengalami kenaikan sejak 4 tahun terakhir, dari 2020 – 2024. Berikut data perkembangan UMKM di Kota Kediri 5 tahun terakhir :

Tabel 1.1
Data Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Kediri
Tahun 2020 – 2024

No.	Tahun	Jumlah UMKM
1.	2020	5.070
2.	2021	5.808
3.	2022	7.077
4.	2023	9.553
5.	2024	10.996

Sumber : *Data diolah Peneliti, Tahun 2024¹²*

Berdasarkan data Tabel 1.1 yang didapatkan dari Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Kediri, ditunjukkan jumlah UMKM di Kota Kediri terus mengalami peningkatan sejak tahun 2020 – 2024. Peningkatan UMKM di Kota Kediri dari tahun 2020 sebanyak 5.070, tahun 2021 mengalami peningkatan menjadi 5.808, tahun 2022 meningkat sebanyak 7.077, tahun 2023 sebanyak 9.553, dan di tahun 2024 meningkat sebanyak 10.996 UMKM. Sehingga per tahun 2024, jumlah UMKM di Kota Kediri berjumlah 10.996. UMKM yang dimaksudkan berasal dari beberapa sektor usaha, termasuk UMKM di bidang kuliner. Peningkatan jumlah UMKM dari tahun ke tahun di Kota Kediri cukup signifikan sehingga dapat menambah perekonomian di Kota Kediri.

Berdasarkan data Disperdagin Kota Kediri, per 22 Agustus 2024 banyaknya UMKM di Kota Kediri yang sudah memiliki sertifikasi halal

¹² Observasi Data Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kota Kediri, Tahun 2024.

berjumlah 5.659.¹³ Hal tersebut menunjukkan bahwa belum sepenuhnya seluruh UMKM di Kota Kediri mengajukan sertifikasi halal pada produk mereka. Namun, jumlah tersebut sudah melebihi 30% dari yang ditargetgetkan. Dari data yang diperoleh di atas mayoritas UMKM memiliki usaha dalam bidang makanan dan minuman. Dari data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Kediri dalam artikel Radar Kediri, pada 2022 lalu tercatat 2.568 industri makanan dan 791 industri minuman.¹⁴ Hal tersebut dikarenakan Kediri memiliki budaya kuliner yang beragam dan bahan baku yang digunakan untuk produksi makanan dan minuman relatif mudah diperoleh.

Kota Kediri terletak di Jawa Timur dikenal sebagai salah satu pusat budaya dan kuliner yang kaya di Indonesia. Salah satunya daerah yang terletak di Kelurahan Tamanan, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri sebagai Zona Kuliner halal, aman, dan sehat (KHAS) Kota Kediri. Dimana terdapat 60 penjual Soto Ayam Tamanan, 10 diantaranya berjualan di Terminal Bok Ijo dan lainnya tersebar di Kediri. Dari 10 penjual yang ada di Zona Kuliner Khas Soto Ayam Tamanan memiliki pemilik yang berbeda-beda. Oleh karena itu, wilayah Kelurahan Tamanan, Kecamatan Mojoroto disebut sebagai Kampung Keren Soto Tamanan.¹⁵

¹³ Ayu Citra, 'Pemkot Kediri dan BI Berikan Tanda Halal-Higienis', *Radio Republik Indonesia*, 2024. <[¹⁴ Emilia Susanti, 'Empat Tahun Berjalan, Investasi Kuliner di Kota Kediri Capai Rp 50 Miliar', *Radar Kediri* \(2023\) <<https://radarkediri.jawapos.com/ekonomi/783477867/empat-tahun-berjalan-investasi-kuliner-di-kota-kediri-capai-rp-50-miliar>> Diakses tanggal 21 November 2024, pukul 09.44 WIB.](https://www.rri.co.id/daerah/924973/pemkot-kediri-dan-bi-berikan-tanda-halal-higienis#:~:text=Dari data Disperdagin Kota Kediri%2C per 22,total 12.251 pelaku usaha Kota Kediri yang> Diakses tanggal 21 November 2024, pukul 09.40 WIB.></p>
</div>
<div data-bbox=)

¹⁵ Didik Mashudi, 'Kelurahan Tamanan di Kota Kediri Akan Jadi Zona Kuliner Soto Ayam Tamanan Yang Halal Aman Dan Sehat', *Tribun Mataram.Com*, 2023. <<https://mataraman.tribunnews.com/2023/06/02/kelurahan-tamanan-di-kota-kediri-akan-jadi-zona-kuliner-soto-ayam-tamanan-yang-halal-aman-dan-sehat>>. Diakses tanggal 08 Desember 2024, pukul 16.09 WIB.

Soto Ayam Tamanan Bok Ijo adalah salah satu soto legendaris di Kota Kediri yang menjual soto khas Kota Kediri.¹⁶ Soto Ayam Tamanan Bok Ijo sudah memiliki sertifikasi halal sejak bulan September tahun 2023, sehingga dapat menjamin kehalalan, keamanan, dan kesehatan produk. Sekarang sentra kuliner ini menjadi destinasi kuliner halal pertama di Kota Kediri dan Jawa Timur.¹⁷ Soto Ayam Tamanan Bok Ijo sudah berdiri 55 tahun sejak tahun 1969. Lokasi yang berada di kawasan Terminal Tamanan, tempat ini jadi mudah diakses oleh para penumpang yang menunggu atau transit. Ini juga jadi tempat yang strategis bagi warga sekitar yang ingin makan soto tanpa harus ke luar area terminal.¹⁸ Berikut tabel penjual Soto Ayam Bok Ijo di Zona Khas Kuliner Halal Tamanan Kota Kediri Kota Kediri :

Tabel 1.2
Penjual Soto Ayam Bok Ijo di Zona Khas Kuliner Halal Tamanan Kota Kediri

No.	Penjual Soto Ayam
1.	Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan
2.	Soto Ayam Tamanan Bok Ijo Pak Qomari
3.	Soto Ayam Tamanan Bok Ijo Cak Ri
4.	Soto Ayam Tamanan Bok Ijo Pak No
5.	Soto Ayam Tamanan Bok Ijo Pak Man
6.	Soto Ayam Bok Ijo Cak Mik Tamanan
7.	Soto Ayam Tamanan Bok Ijo Pak Djan
8.	Soto Ayam Bok Ijo Pak Budi Tamanan
9.	Soto Ayam Tamanan Bok Ijo Pak Di
10.	Bok Ijo Kios Pak Qomari Tamanan

Sumber: Hasil observasi peneliti bulan November Tahun 2024

¹⁶ Maya, Fariz, and Melani, 'Soto Tamanan Kuliner Legendaris Sejak 1998 Yang Menjadi Ikon Terminal Baru', *Dedikasi.ID* <<https://dedikasi.id/news/soto-tamanan-kuliner-legendaris-sejak-1998-yang-menjadi-ikon-terminal-baru/>>. Diakses tanggal 08 Desember 2024, pukul 20.21 WIB.

¹⁷ Pemkot Kediri, 'Jadi Destinasi Kuliner Halal Pertama Di Jawa Timur, Wali Kota Kediri Beri Label Halal Sentra Kuliner Soto Ayam Bok Ijo Tamanan', *Pemkot Kediri The Service City*, 2023 <<https://www.kedirikota.go.id/p/berita/10111971/jadi-destinasi-kuliner-halal-pertama-di-jawa-timur-wali-kota-kediri-beri-label-halal-sentra-kuliner-soto-ayam-bok-ijo-tamanan>>.Diakses tanggal 06 Desember 2024, pukul 21.36 WIB.

¹⁸ *Observasi Yang Dilakukan Oleh Peneliti*, 2024.

Pada Tabel 1.2 dijelaskan bahwa terdapat 10 penjual Soto Ayam Tamanan Bok Ijo Kota Kediri. Dari 10 penjual soto yang menjadi ciri khas dari Soto Ayam Tamanan yaitu terdapat menu ayam bakar. Salah satu Soto Ayam Tamanan yang paling legendaris di daerah sentra kuliner Soto Ayam Tamanan, yaitu Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan Kediri yang berdiri sejak tahun 1969. Soto Ayam Tamanan Pak No merupakan pelopor pertama Soto Ayam Tamanan Bok Ijo Kota Kediri, yang sekarang sudah dipegang oleh generasi ke-2. Lapak Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan memiliki dua lapak di zona kuliner Tamanan, yaitu di bagian depan dan di tengah. Dalam satu hari Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan bisa menghabiskan 80 ekor ayam untuk penjualan soto, di hari Minggu atau *weekend* bisa menghabiskan hingga 100 ekor ayam.¹⁹ Lapak Soto Ayam Tamanan Pak No terletak di bagian paling depan sentra kuliner, sehingga mudah untuk ditemui dan diakses oleh pengunjung. Selain itu, harga yang ramah di kantong, tempat yang bersih dan nyaman, serta ciri khas soto yang memiliki kuah santan yang gurih serta terdapat menu ayam bakar menjadi daya tarik sendiri untuk para pengunjung. Semua penjual Soto Ayam Tamanan yang ada di Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Tamanan Bok Ijo sudah memiliki sertifikasi halal dan sudah berlabel halal yang tertempel di gerobak soto.²⁰

Dari 10 penjual soto ayam di Zona Kuliner Soto Ayam Tamanan, terdapat beberapa penjual soto yang banyak diminati masyarakat. Berdasarkan penelusuran pada *google maps*, terdapat 3 teratas rekomendasi penjual Soto

¹⁹ Kuliner Jawa, *100 Ekor Ayam Ludes Hanya Dalam Sehari, Soto Bok Ijo Legendaris Sejak 1969*, 2024 <https://youtu.be/D_CjICmOZao?si=cfuTC-jtBxrmLOuC>. Diakses tanggal 08 Desember 2024, pukul 17.49 WIB.

²⁰ *Observasi Yang Dilakukan Oleh Peneliti*, tahun 2024.

Ayam Tamanan Bok Ijo yang menjadi favorit masyarakat, yaitu Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan, Soto Ayam Bok Ijo Cak Mik Tamanan, dan Soto Ayam Bok Ijo Pak Budi Tamanan.²¹ Berikut tabel perbandingan Soto Ayam Tamanan Bok Ijo Kota Kediri :

Tabel 1.3
Perbandingan Penjual Soto Ayam Tamanan Bok Ijo Kota Kediri

No.	Perbandingan	Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan	Soto Ayam Bok Ijo Cak Mik Tamanan	Soto Ayam Bok Ijo Pak Budi Tamanan
1.	Tahun Berdiri	1969	1998	1980
2.	Produk	a) Soto ayam b) Dada bakar c) Paha bakar d) Uritan/kepala e) Paha bakar f) Ati bakar g) Sayap bakar h) Sate kulit i) Sate puyuh j) Aneka kerupuk k) Teh hangat/es l) Minum mineral	a) Soto ayam b) Dada bakar c) Paha bakar d) Uritan/kepala e) Paha bakar f) Ati bakar g) Sayap bakar h) Sate kulit i) Teh hangat/es j) Minum mineral	a) Soto ayam b) Dada bakar c) Paha bakar d) Uritan/kepala e) Paha bakar f) Ati bakar g) Sayap bakar h) Sate kulit i) Teh hangat/es j) Minum mineral
3.	Harga	Soto ayam @Rp 10.000	Soto ayam @10.000	Soto ayam @10.000
4.	Sertifikasi Halal dan Label Halal	Sudah bersertifikasi halal dan label halal	Sudah bersertifikasi halal dan label halal	Sudah bersertifikasi halal dan label halal
5.	Penjualan/hari	350 porsi/hari	150 porsi/ hari	100 porsi/hari
6.	Jam buka	Jam 08.00 pagi sampai 01.00 malam	Jam 09.00 pagi sampai 18.00 sore	Jam 16.00 sore sampai 00.00/12 malam

Sumber: Hasil observasi wawancara peneliti bulan November tahun 2024

²¹ 'G. Maps', 2024 <https://www.google.com/maps/search/soto+ayam+tamanan+bok+ijo/@-7.8181865,111.9935736,14z/data=!3m1!4b1?authuser=0&entry=ttu&g_ep=EgoyMDI0MTIwNC4wIKXMDSOASAFQAw%3D%3D>. Diakses tanggal 08 Desember 2024, pukul 20.54 WIB.

Berdasarkan tabel 1.3, dapat diperoleh perbandingan antara Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan, Soto Ayam Bok Ijo Cak Mik Tamanan, dan Soto Ayam Bok Ijo Pak Budi Tamanan. Dari tabel dijelaskan bahwa ketiga penjual soto memiliki harga yang sama di setiap menu soto ayam dan semua penjual sudah memiliki sertifikasi halal dan berlabel halal di gerobak sotonya. Namun, dari segi tahun berdiri Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan memiliki tahun berdiri paling lama, yaitu tahun 1969 yang juga merupakan pelopor pertama Soto Ayam Tamanan Bok Ijo Kediri. Selain itu jumlah penjualan soto per hari sebanyak 350 porsi, lebih banyak dari penjual Soto Ayam Bok Ijo Cak Mik Tamanan dan Soto Ayam Bok Ijo Pak Budi Tamanan. Hal tersebut juga terlihat dari jam buka, Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan lebih lama buka mulai jam 08.00 pagi sampai jam 01.00 malam.²²

Tabel 1.4
Jumlah Penjualan Soto Ayam Pak No Bok Ijo Tamanan Kota Kediri
Tahun 2020 – 2024

No.	Tahun	Penjualan/Bulan
1.	2021	1.500
2.	2022	3.000
3.	2023	9.000
4.	2024	10.500

Sumber : Hasil observasi wawancara peneliti bulan November tahun 2024

Berdasarkan tabel 1.4, dapat diperoleh data bahwa penjualan tahun 2021 sebanyak 1.500 porsi/bulan, tahun 2022 sebanyak 3.000 porsi/bulan, tahun 2023 sebanyak 9.000 porsi/bulan, dan tahun 2024 sebanyak 10.500 porsi/bulan. Dari hasil observasi, tahun 2021-2023 mengalami penjualan rendah dikarenakan terdampak COVID-19. Sedangkan tahun 2023 sudah mulai

²² Observasi Yang Dilakukan Oleh Peneliti, tahun 2024.

mengalami peningkatan penjualan kembali menjadi 9.000 porsi/bulan. Tahun 2023 Soto Ayam Tamanan Bok Ijo Kediri sudah memiliki sertifikasi halal dan memiliki label halal di gerobak soto, sehingga tahun 2024 penjualan mengalami kenaikan sebanyak 10.500 porsi/bulan. Dari hasil observasi, jumlah konsumen sesuai dengan jumlah porsi soto ayam yang terjual. Sehingga dapat disimpulkan peneliti memilih penelitian tahun 2024 karena jumlah penjualan terbanyak yaitu 10.500 porsi/bulan.²³

Menurut Kotler dan Armstrong, faktor-faktor yang mempengaruhi adanya keputusan pembelian yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.²⁴ Dari beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, label halal termasuk ke dalam faktor budaya karena label halal mencerminkan nilai dan norma yang dianut oleh masyarakat Muslim.²⁵ Konsumen yang tumbuh dalam lingkungan Islami cenderung lebih memilih produk dengan sertifikasi halal karena sesuai dengan ajaran yang mereka yakini.

Tabel 1.5
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan Kota Kediri

No.	Faktor Keputusan Pembelian	Responden
1.	Faktor Sosial (Rekomendasi teman atau keluarga)	10
2.	Faktor Budaya (Label Halal)	12
3.	Faktor Pribadi (Pendapatan dan Kebiasaan Pribadi)	8
4.	Faktor Psikologis (Kepercayaan)	5
Jumlah Responden		35

Sumber : Pengolahan data peneliti tahun 2025

²³ Wawancara Peneliti Dengan Pemilik Soto Ayam Tamanan Bok Ijo Kota Kediri, 2024.

²⁴ Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 159 – 177.

²⁵ Rahmi Hayati, 'Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Label Halal Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Pekanbaru)', (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021).

Berdasarkan Tabel 1.5 di atas, dapat diperoleh data responden sebanyak 35. Dari 35 data yang diperoleh, terdapat 12 responden yang memilih budaya sebagai faktor utama keputusan pembelian konsumen pada Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan Kota Kediri. Selain itu, 8 responden memilih faktor pribadi, 5 responden memilih faktor psikologis, dan 10 responden memilih faktor sosial. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor budaya yang menyertakan label halal menunjukkan bahwa label halal memiliki peran penting sebagai acuan utama dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen, karena mencerminkan nilai-nilai keyakinan, kepercayaan, dan identitas budaya merupakan faktor yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Soto Ayam Tamanan Bok Ijo di Kota Kediri berdasarkan jumlah jawaban dari responden. Hal tersebut dikarenakan adanya label halal dan sertifikasi halal dapat menjamin kehalalan, kebersihan, keamanan, dan kesehatan produk terhadap konsumen. Adanya jaminan halal dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini didukung dengan adanya perbedaan serta inkonsistensi dari hasil penelitian-penelitian terdahulu (*research gap*), dimana dalam penelitian yang dilakukan oleh Tri Septin Muji Rahayu dan Resti Handayani mengungkapkan hasil bahwa label halal tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian MS Glow di Cilacap.²⁶ Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Shinta Dewi, Chandra Satria, dan Bagus Setiawan mengungkapkan hasil bahwa label halal memiliki pengaruh

²⁶ Tri Septin Muji Rahayu and Handayani Resti, 'Pengaruh Label Halal, Promosi Di Media Sosial, Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Di Cilacap', *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17.1 (2023), 64–76.

yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Mini Market Mutiara Indah Talang Kelapa Palembang.²⁷ Adanya kondisi tersebut maka diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menjawab permasalahan tersebut.

Berdasarkan dari hasil observasi, masih adanya permasalahan UMKM yang berkaitan dengan pemahaman konsumen mengenai label halal pada produk dalam memberikan keputusan pembelian oleh konsumen, terutama di Kota Kediri. Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kedepannya dengan judul **“Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Soto Ayam Tamanan (Studi Pada Konsumen UMKM Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan Kota Kediri)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, didapatkan rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana label halal pada produk Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan Kota Kediri?
2. Bagaimana keputusan pembelian pada konsumen Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan Kota Kediri?
3. Bagaimana label halal produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penyajian rumusan masalah di atas, diperoleh tujuan penelitian ini, yaitu:

²⁷ Shinta Dewi Putri, Chandra Satria, and Bagus Setiawan, ‘Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Mini Market Mutiara Indah Talang Kelapa Palembang)’, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 2.1 (2022), 23–38, doi:10.36908/jimesha.v2i1.102.

1. Menganalisis label halal pada produk Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan Kota Kediri.
2. Menganalisis tentang keputusan pembelian pada konsumen pada Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan Kota Kediri.
3. Menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada konsumen Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan Kota Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Dengan diadakan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat membantu memberi pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana label halal mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen pada suatu produk dan dapat menambah wawasan terhadap perilaku konsumen dalam membeli produk yang mereka anggap aman dan sesuai dengan nilai-nilai dalam Islam, khususnya UMKM pada Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan Kota Kediri

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat membantu pelaku UMKM di sektor makanan dan minuman di Kota Kediri memahami betapa pentingnya label halal sebagai faktor utama dalam mengambil keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Dengan pemahaman ini, UMKM bisa lebih berfokus untuk memperoleh label halal dengan mengajukan pembuatan sertifikasi halal sebagai langkah untuk memperkuat citra positif mereka.

3. Manfaat penelitian bagi peneliti

Penelitian ini memungkinkan peneliti untuk berkontribusi dalam menambah literatur di bidang label halal dan UMKM. Hasil penelitian yang baru dan relevan akan menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik pada topik yang sama, serta memperkaya literatur yang tersedia. Selain itu, dapat digunakan untuk pengembangan kebijakan ekonomi yang mendukung UMKM sehingga membuka peluang untuk kolaborasi dengan pihak terkait untuk pengembangan ekonomi lokal di Kota Kediri.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian dikenal dengan istilah hipotesis penelitian alternatif (H_a) merupakan sebuah pernyataan prediktif tentang hubungan antara dua variabel atau lebih yang digunakan dalam studi kuantitatif.²⁸ Dapat disimpulkan hipotesis adalah sebuah pendapat yang kebenarannya masih diragukan dan masih diuji untuk dibuktikan kebenarannya melalui sebuah percobaan.

Berdasarkan penjabaran dari identifikasi masalah dan melalui kerangka berfikir yang dijelaskan, maka penelitian ini mengambil hipotesis sebagai berikut :

- a. Hipotesis H_a :** Terdapat pengaruh secara signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian konsumen UMKM Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan Kota Kediri.

²⁸ Jim Hoy Yam and Ruhayat Taufik, 'Hipotesis Penelitian Kuantitatif', *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3.2 (2021), 96–102, doi:10.33592/perspektif.v3i2.1540.

- b. Hipotesis H_0** : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian konsumen UMKM Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan Kota Kediri.

F. Penelitian Terdahulu

1. “Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Mini Market Mutiara Indah Talang Kelapa Palembang)”²⁹

Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan konsumen di Mini Market Mutiara Indah, Talang Kelapa, Palembang. Hasil menunjukkan bahwa baik label halal maupun harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen, dengan label halal sebagai faktor yang paling dominan. Penelitian ini menekankan pentingnya kehalalan dan harga dalam pengambilan keputusan pembelian, serta merekomendasikan peningkatan sosialisasi produk syariah dan strategi pemasaran yang mempertimbangkan harga. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti kedepannya terletak pada penggunaan metode kuantitatif dan menekankan pentingnya label halal dalam mempengaruhi keputusan konsumen. Kedua penelitian ini fokus pada pengaruh label halal sebagai faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen. Dalam penelitian sebelumnya, ditemukan bahwa label halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen, dengan koefisien yang menunjukkan bahwa

²⁹ Shinta Dewi Putri, Chandra Satria, and Bagus Setiawan, ‘Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Mini Market Mutiara Indah Talang Kelapa Palembang)’, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 2.1 (2022), 23–38.

peningkatan nilai label halal berbanding lurus dengan keputusan pembelian konsumen. Penelitian yang akan dilakukan di UMKM Soto Ayam Bok Ijo juga diharapkan dapat mengonfirmasi temuan tersebut, dengan menekankan pentingnya label halal dalam menarik konsumen, terutama di kalangan masyarakat Muslim. Namun, perbedaan antara penelitian keduanya terletak pada aspek utamanya. Penelitian sebelumnya meneliti keputusan konsumen di mini market, sedangkan penelitian baru akan berfokus pada UMKM yang menjual soto ayam, yang merupakan jenis usaha yang lebih kecil dan spesifik dalam konteks kuliner. Selain itu, penelitian sebelumnya mengeksplorasi pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan konsumen, sedangkan penelitian baru mungkin akan lebih menekankan pada label halal sebagai variabel utama.

2. “Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang Kecamatan Prigen”³⁰

Penelitian ini menunjukkan bahwa baik harga maupun label halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Mie Samyang di Kecamatan Prigen. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan dapat dijangkau oleh konsumen, sesuai dengan kualitas produk, dan memiliki variasi yang cukup. Selain itu, label halal terbukti memiliki pengaruh yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Secara statistik, kedua variabel tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi besar

³⁰ Alfiah Alfiah and Nur Rismatul Muflikha, ‘Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang Kecamatan Prigen’, *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5.1 (2022), 54, doi:10.47201/jamin.v5i1.130.

terhadap keputusan pembelian, dengan label halal menunjukkan pengaruh yang lebih besar dibandingkan harga. Persamaan antara penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan kedepannya yaitu kedua penelitian sama-sama meneliti bagaimana keberadaan dan karakteristik label halal dapat mempengaruhi minat dan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk. Selain itu, keduanya menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis statistik untuk mengukur pengaruh variabel tersebut, serta menegaskan bahwa label halal merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen. Namun, perbedaan utama terletak pada objek penelitian, di mana penelitian sebelumnya berfokus pada produk mie instan dan kosmetik di wilayah tertentu, sedangkan penelitian baru akan meneliti produk kuliner khas UMKM di Kota Kediri.

3. “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D’sayur Tanjungpinang”³¹

Penelitian ini menemukan bahwa keberadaan Label Halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada nilai Label Halal akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0.565. Uji statistik menunjukkan bahwa pengaruh ini signifikan secara statistik, dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel. Selain itu, sekitar 37% dari variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh keberadaan Label Halal, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti kebutuhan,

³¹ Muhammad Imaaduddin dan Mardhiah, 'Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'Sayur Tanjungpinang', *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5.2, (2024).

keinginan, dan daya beli konsumen. Secara umum, keberadaan Label Halal berfungsi sebagai indikator kehalalan produk yang dapat meningkatkan minat beli, terutama di kalangan konsumen Muslim. Persamaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan kedepannya terletak pada fokus keduanya terhadap pengaruh Label Halal terhadap keputusan pembelian konsumen. Keduanya menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi untuk mengukur pengaruh tersebut, serta sama-sama menyoroti pentingnya label halal dalam mempengaruhi perilaku konsumen Muslim. Namun, terdapat beberapa perbedaan yang signifikan. Penelitian sebelumnya dilakukan di D'Sayur Tanjungpinang dengan sampel sebanyak 50 individu dan menunjukkan pengaruh Label Halal sebesar sekitar 37% hingga 56,5%, dengan kategori pengaruh sedang dan lemah. Sedangkan penelitian kedepannya akan fokus pada UMKM Soto Ayam Bok Ijo Pak No di Tamanan Kota Kediri, yang kemungkinan memiliki karakteristik pasar dan faktor pendukung berbeda, serta mungkin menggunakan sampel dan metode analisis yang berbeda sesuai konteks lokal.

4. “Pengaruh Label Halal, Promosi Di Media Sosial, Dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Di Cilacap”³²

Penelitian ini menemukan bahwa promosi di media sosial dan word of mouth (WOM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow di Cilacap. Sebaliknya, label halal

³² Tri Septin Muji Rahayu and Handayani Resti, ‘Pengaruh Label Halal, Promosi Di Media Sosial, Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Di Cilacap’, *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17.1 (2023), 64–76..

tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Model regresi yang digunakan menjelaskan sekitar 24,9% variasi dalam keputusan pembelian, menunjukkan bahwa faktor lain di luar variabel yang diteliti juga berperan. Hasil ini menegaskan pentingnya promosi melalui media sosial dan rekomendasi dari konsumen lain dalam mempengaruhi keputusan pembelian, sementara label halal tidak secara signifikan mempengaruhi keputusan tersebut dalam konteks penelitian ini. Persamaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan datang terletak pada fokus utama terhadap pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian. Kedua penelitian sama-sama meneliti bagaimana label halal dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk tertentu, baik itu produk kosmetik seperti MS Glow maupun produk makanan seperti Soto Ayam Bok Ijo Pak No Tamanan di Kediri. Namun, terdapat beberapa perbedaan yang signifikan. Pertama, objek penelitian berbeda, yaitu produk kosmetik di Cilacap versus produk makanan di Kediri. Kedua, populasi dan lokasi penelitian berbeda, dimana penelitian sebelumnya dilakukan di Cilacap dan penelitian mendatang akan dilakukan di Kota Kediri. Ketiga, variabel lain yang mungkin diteliti juga berbeda, misalnya dalam penelitian sebelumnya promosi media sosial dan WOM turut diuji, sedangkan penelitian mendatang mungkin lebih fokus pada pengaruh label halal saja terhadap keputusan pembelian.

5. “Pengaruh Label Halal Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food Pada Gen-Z Muslim Jawa Timur”³³

Penelitian ini menemukan bahwa kesadaran akan kehalalan (halal awareness) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Korean Food di kalangan generasi Z Muslim di Jawa Timur. Sebaliknya, label halal secara individual tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Meskipun demikian, kombinasi antara label halal dan halal awareness dapat mempengaruhi keputusan pembelian, namun tanpa tingkat kesadaran yang tinggi, keberadaan label halal saja tidak cukup untuk memotivasi konsumen. Hasil ini menegaskan pentingnya edukasi dan peningkatan sertifikasi halal untuk mendukung keputusan pembelian konsumen Muslim generasi Z terhadap produk Korean Food. Persamaan antara penelitian yang telah dilakukan dan yang akan datang terletak pada fokus utama terhadap pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen. Kedua penelitian sama-sama meneliti bagaimana keberadaan label halal dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk makanan, serta menyoroti pentingnya aspek labelisasi halal dalam proses pengambilan keputusan tersebut. Namun, terdapat perbedaan yang cukup signifikan. Penelitian sebelumnya lebih bersifat umum dan mencakup berbagai produk makanan dan minuman, termasuk Korean Food dan mie instan, serta melibatkan berbagai variabel seperti halal awareness dan label

³³ Cahyati Anisa Nur and Fikriyah Khusnul, ‘Pengaruh Label Halal Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food Pada Gen-Z Muslim Jawa Timur’, *Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7.1 (2024), 93.

halal secara simultan maupun parsial. Sedangkan penelitian yang akan datang akan lebih spesifik meneliti pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada UMKM Soto Ayam Bok Ijo di Tamanan Kota Kediri, sehingga konteksnya lebih lokal dan terbatas pada satu jenis produk serta satu lokasi tertentu.