

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Legalitas Usaha**

###### **a. Pengertian Legalitas Usaha**

Izin juga bisa didefinisikan sebagai bentuk persetujuan atau pemberian izin dari pihak berwenang atas penyelenggaraan suatu kegiatan usaha oleh seseorang pengusaha atau suatu perusahaan. bagi pemerintah pengertian usaha dagang adalah suatu alat atau sarana untuk membina, mengarahkan, mengawasi dan menertibkan izin-izin usaha perdagangan. Agar kegiatan usaha lancar, maka setiap pengusaha wajib untuk mengurus dan memiliki izin usaha dari instansi pemerintah yang sesuai dengan bidangnya.<sup>1</sup>

###### **b. Jenis-jenis legalitas Usaha**

###### **1) SIUP ( Surat Izin Usaha Perdagangan )**

SIUP adalah surat izin yang diberikan oleh menteri atau pejabat yang ditunjuk kepada pengusaha untuk melaksanakan kegiatan usaha dibidang perdagangan dan jasa. SIUP diberikan kepada para pengusaha baik perorangan, CV,PT, koperasi dan sebagainya.<sup>2</sup>

Kewajiban pemilik atau pemegang SIUP antara lain :

---

<sup>1</sup>Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor:46/-DAG/PER/9 .*Tentang penerbitan Izin Usaha*( Jakarta, 2009)

- 1) Melapor kepada kepala kantor wilayah departemen perdagangan atau kepala kantor departemen perdagangan yang menertibkan SIUP apabila perusahaan tidak melakukan kegiatan perdagangan atau menutup perusahaan disertai dengan pengembalian SIUP.
- 2) Melapor kepada kepala kantor wilayah departemen perdagangan setempat mengenai hal berikut :
  - a. Pembukaan cabang atau perwakilan perusahaan
  - b. Penghentian kegiatan penutupan cabang SIUP berlaku selama perusahaan masih menjalankan kegiatan usaha perdagangan/ jasa sejak tanggal dikelurkannya.
- 2) Surat Izin Tempat Usaha (SITU)

Surat Ijin Tempat Usaha adalah surat untuk memperoleh ijin sebuah usaha di sebuah lokasi usaha dengan maksud agar tidak menimbulkan gangguan atau kerugian kepada pihak-pihak tertentu. Surat ini juga mempunyai dasar hukumnya yaitu berdasarkan peraturan daerah dari domisili perusahaan yang bersangkutan. Dasar hukum kepemilikan SITU diatur dalam peraturan daerah di tiap pemerintah daerah.<sup>3</sup>

### 3) Barcode

Barcode adalah susunan garis cetak vertikal hitam putih dengan lebar berbeda untuk menyimpan data-data spesifik seperti kode produksi, nomor identitas. Sehingga sistem komputer dapat

---

<sup>3</sup>Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor:46/-DAG/PER/9 .*Tentang penerbitan Izin Usaha*( Jakarta, 2009)

mengidentifikasi dengan mudah, informasi yang dikodekan dalam barcode. Barcode ini sering digunakan ditoko-toko, swalayan ataupun supermarket untuk membantu dalam melacak barang yang dibeli serta memunculkan harga dan data sebelumnya yang sudah di program melalui entri data (database).

Kegunaan dan Keuntungan Barcode.

- Berdasarkan kegunaannya terdapat 5 kategori kegunaan barcode:
  - a) Barcode untuk keperluan retail, salah satu contohnya UPC (Universal Price Codes), biasanya digunakan untuk keperluan produk yang dijual di supermarket.
  - b) Barcode untuk *packaging* biasanya digunakan untuk pengiriman barang.
  - c) Barcode untuk keperluan penertiban, sering digunakan pada penertiban suatu produk, misalkan barcode yang menunjukkan International Standard Serial Number (ISSN)<sup>4</sup> suatu buku. Barcode untuk keperluan farmasi, digunakan untuk identifikasi suatu produk obat-obatan.
- Keuntungan penggunaan barcode
  - a) Proses input data lebih cepat, karena berdasarkan scanner dapat membaca / merekam data lebih cepat dibandingkan dengan melakukan proses input data secara manual.

---

<sup>4</sup>Daftar singkatan, *kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) Lampiran IV

- b) Proses input data lebih tepat, karena teknologi barcodode mempunyai ketepatan yang tinggi dalam pencarian data.
- c) Mengurangi biaya, karena dapat menghindari kerugian dari kesalahan pencatatan data dan mengurangi pekerjaan yang dilakukan secara manual dan berulang-ulang.
- d) Memiliki nilai tawar yang tinggi / prestise serta kemampuan bersaing dengan saingan/ kompetitor akan lebih terjaga.

#### 4) Merek

Menurut Pasal 1 UU No. 15 Merek adalah tanda berupa gambar , susunan warna, nama, kata huruf-huruf, angka-angka, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda, dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. <sup>5</sup>Contoh merek dagang adala mie sedap,kecap, minyak goreng yang diproduksi oleh PT. Wingsfood Indonesia.

##### 1. Syarat dan Tata cara Permohonan

- a. Permohonan diajukan tertulis dalam bahasa indonesia untuk merk bahasa asing atau didalamnya terdapat huruf selain huruf latin waji disertai terjemahnya dalam bahasa indonesia
- b. Permohonan ditandatangani mohon atau kuasanya dengan dilampiri bukti pembayaran biaya.

---

<sup>5</sup>Undang-undang Republik Indonesia, *Nomor-Nomor 26 Tahun 2001 tentang Merk*

- c. Permohonan untuk dua kelas, barang atau lebih dan jasa dapat diajukan dalam satu permohonan yang diatur dengan peraturan pemerintah.

## 5) BPOM

Badan pengawas obat dan makan ( BPOM) adalah sebuah lembaga di Indonesia yang bertugas mengawasi peredaran obat-obatan dan makan di Indonesia. Sistem pengawasan obat dan makanan ( Sis POM ) yang efektif dan efisien yang mampu mendeteksi, mencegah dan mengawasi produk-produk dengan tujuan untuk melindungi keamanan, keselamatan dan kesehatan konsumennya baik didalam maupun diluar negeri. Untuk itu telah dibentuk badan POM yang memiliki jaringan nasional dan internasional serta kewenangan penegakan hukum dan memiliki kredibilitas profesional yang tinggi. Menurut peraturan kepala badan pengawas obat dan makanan RI nomor HK.00.05.1.23.3516 tentang edar produk obat, obat tradisional, kosmetik, suplemen dan makanan.

### c. Tujuan dari perizinan<sup>6</sup>

- a) Dari sisi pemerintah

Melalui sisi pemerintah tujuan pemberian izin adalah :

---

<sup>6</sup>Adrian Sutedi, *Hukum Perizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*,( Jakarta: Sinar Grafika, 2011),hlm. 200

1. Untuk melaksanakan peraturan Apakah ketentuan-ketentuan yang termuat dalam peraturan tersebut sesuai dengan kenyataan dalam praktiknya atau tidak dan sekalipun untuk mengatur ketertiban.
2. Sebagai sumber pendapatan daerah Dengan adanya permintaan permohonan izin, maka secara langsung pendapatan pemerintah akan bertambah karena setiap izin yang dikeluarkan pemohon harus membayar retribusi dahulu. Semakin banyak pula pendapatan di bidang retribusi tujuan akhirnya yaitu untuk membiayai pembangunan.

b) Dari sisi masyarakat

Adapun dari sisi masyarakat tujuan pemberian izin itu adalah sebagai berikut.

- 1) Untuk adanya kepastian hukum.
- 2) Untuk adanya kepastian hak.
- 3) Untuk mendapatkan fasilitas setelah bangunan yang didirikan mempunyai izin.

Dengan mengikat tindakan-tindakan pada suatu system perizinan, pembuatan undang-undang dapat mengejar berbagai tujuan dari izin.

## **2. Labelisasi Halal**

### **a. Pengertian Label**

Label adalah tulisan, gambar, atau kombinasi keduanya yang disertakan pada wadah atau kemasan suatu produk dengan cara dimasukkan ke dalam, ditempelkan atau dicetak dan merupakan bagian dari kemasan tersebut.<sup>7</sup> Tujuannya untuk memberikan informasi menyeluruh dan secara utuh dari isi wadah/ kemasan produk tersebut. Pelabelan pada kemasan produk harus dipersyaratkan sedemikian rupa, sehingga tidak mudah lepas dari kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak serta terletak pada bagian kemasan yang mudah untuk dilihat dan dibaca dengan jelas.

Keberadaan label pada suatu produk sangatlah penting. Hal ini dikarenakan label merupakan identitas dari sebuah produk. Dengan adanya label, konsumen bisa membedakan antara produk satu dengan yang lainnya. Selain itu, konsumen juga dapat memperoleh produk sesuai dengan yang diinginkannya. Adanya label juga dapat menghilangkan keraguan konsumen dalam membeli suatu produk.

Adapun sejumlah keterangan yang dapat dimanfaatkan untuk mengetahui apakah produk yang dibeli mengandung unsur-unsur yang diharamkan atau membahayakan bagi kesehatan adalah sebagai berikut:

- a. Keterangan bahan tambahan

---

<sup>7</sup> Feri Kusnandar. *FAQ tentang Pangan Halal.* (Bandung : Departemen Ilmu Teknologi Pangan- IPB. 2010), Diakses dari: <http://itp.fateta.ipb.ac.id>. Pada tanggal 18 April 2017.

Bahan tambahan adalah bahan yang tidak digunakan sebagai bahan utama yang ditambahkan dalam proses teknologi produksi.

b. Komposisi dan nilai gizi

Secara umum informasi gizi yang diberikan adalah kadar air, kadar protein, kadar lemak, vitamin dan mineral. Yang perlu dicermati oleh konsumen terutama adalah iklan yang bombastis atau berlebihan mengenai manfaat maupun khasiat produk padahal seringkali kondisi sebenarnya tidak seperti yang diiklankan.

c. Batas kedaluwarsa

Sebuah produk harus dilengkapi dengan tanggal kedaluwarsa yang menyatakan umur pemakaian dan kelayakan pemakaian atau penggunaan produk. Menurut PP No. 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan Pasal 27 Ayat 2 berbunyi: “Baik digunakan sebelum tanggal sesuai dengan jenis dan daya tahan produk yang bersangkutan.” Sedangkan Ayat 3 berbunyi: “Dalam hal produk pangan yang kedaluwarsa lebih dari tiga bulan dibolehkan hanya mencantumkan bulan dan tahun kedaluwarsa saja”.

d. Keterangan legalitas



Keterangan legalitas memberikan informasi bahwa produk telah terdaftar di badan pengawasan obat dan makanan (Badan POM), berupa kode nomor registrasi. Kode MD dan SP adalah untuk makanan lokal dan ML untuk makanan impor. Namun masih banyak produk yang berlabel halal, akan tetapi tidak terdaftar sebagai produk yang telah disertifikasi halal, hal ini khususnya produk yang berkode SP atau tidak berkode sama sekali. Maka untuk produk-produk yang demikian, menurut Apriyanto pengetahuan konsumen yang menentukan apakah diragukan kehalalannya atau tidak, jika ragu-ragu maka sikap yang terbaik adalah tidak membeli produk yang diragukan kehalalannya.

Di samping itu, menurut Sinamora ada beberapa macam label secara spesifik yang mempunyai pengertian berbeda antara lain:

1. Label produk (*product label*) adalah bagian dari pengemasan sebuah produk yang mengandung informasi mengenai produk atau penjualan produk.
2. Label merek (*brand label*) adalah nama merek yang diletakkan pada pengemasan produk.
3. Label tingkat (*grade label*) mengidentifikasi mutu produk, label ini bisa terdiri dari huruf, angka atau metode lainnya untuk menunjukkan tingkat kualitas dari produk itu sendiri.

4. Label deskriptif (*descriptive label*) mendaftarkan isi, menggambarkan pemakaian dan mendaftarkan ciri-ciri produk yang lainnya. Pemberian label (*labeling*) merupakan elemen produk yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen.

### **b. 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.<sup>8</sup> Istilah halal dalam kehidupan sehari-hari sering digunakan untuk makanan ataupun minuman yang diperbolehkan untuk dikonsumsi menurut syariat Islam. Sedangkan dalam konteks luas istilah halal merujuk kepada segala sesuatu baik itu tingkah laku, aktifitas, maupun cara berpakaian dan lain sebagainya yang diperbolehkan atau diizinkan oleh hukum Islam.

### **TULISAN ARAB**

Artinya : “Dan menghalalkan kepada mereka segala yang baik dan mengharamkan kepada mereka segala yang buruk”. (Qs. Al- A’raf) : 157)<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup>Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, (Surakarta: Era Intermedia, 2007), hlm.5

<sup>9</sup> Al-Quran dan Terjemahannya

### c. Labelisasi Halal

Label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.<sup>10</sup>

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 izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam.

Bagi Industri Pengolahan:

1. Produsen harus mendaftarkan seluruh produk yang diproduksi di lokasi yang sama atau memiliki merek/brand yang sama.
2. Produsen harus mendaftarkan seluruh lokasi produksi termasuk pabrik pengemasan.
3. Ketentuan untuk tempat harus dilakukan di perusahaan yang sudah mempunyai produk bersertifikat halal atau yang bersedia disertifikasi halal

---

<sup>10</sup>Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*, (Malang : UIN Maliki Press, 2011 ), hlm. 140

Dari serangkaian proses tersebut dapat disimpulkan bahwa suatu produk yang dikatakan halal tidak semata-mata hanya terdiri dari penyediaan bahan-bahan baku pembuatan, tetapi juga pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, hingga penyajian. Pelaku usaha yang telah mendapatkan sertifikat halal sebaiknya segera mencantumkan label halal pada produk yang akan dijual. Label halal harus ditempatkan di bagian yang mudah terlihat. Jika pelaku usaha tidak melakukan ketentuan tersebut, maka sanksi berupa pencabutan sertifikat halal pun akan dilakukan (LPPOM MUI).

**1. Syarat kehalalan suatu produk diantaranya:**

- a. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
- b. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan. Seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran kotoran, dan lain sebagainya.
- c. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam.
- d. Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar.

**2. Aspek yang menjadi tinjauan dalam labelisasi halal, yaitu<sup>11</sup>:**

---

<sup>11</sup>Ibid, hlm. 142

a. Pembuatan

Proses pembuatan atau proses produksi perusahaan yang sudah menggunakan label halal hendaknya harus tetap menjaga hal-hal sebagai berikut:

- 1) Bahan campuran yang digunakan dalam proses produksi tidak terbuat dari barang-barang atau bahan yang haram dan turunannya.
- 2) Air yang digunakan untuk membersihkan bahan hendaklah air mutlak atau bersih dan mengalir.
- 3) Dalam proses produksi tidak tercampur atau berdekatan dengan barang atau bahan yang najis atau haram.

b. Bahan Baku Utama

Bahan baku produk adalah bahan utama yang digunakan dalam kegiatan proses produksi, baik berupa bahan baku, bahan setengah jadi maupun bahan jadi. Sedangkan bahan tambahan produk adalah bahan yang tidak digunakan sebagai bahan utama yang ditambahkan dalam proses teknologi produksi.

c. Efek

Makanan halal tidak boleh terlepas dari tujuan syariat Islam, yaitu mengambil maslahat dan menolak madharat atau

bahaya. Jika menurut kesehatan, suatu jenis makanan dapat membahayakan jiwa, maka makanan tersebut haram dikonsumsi.

Label halal merupakan suatu tanda atau bukti bahwa produk tersebut telah mendapatkan sertifikat halal dari Lembaga Pengkajian Pangan Obat dan kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) memiliki nomor registrasi. Sertifikat halal merupakan fatwa tertulis MUI terhadap suatu produk, yang intinya menyatakan bahwa produk tersebut merupakan produk halal, yang dibuktikan melalui audit oleh LPPOM MUI.<sup>12</sup> Labelisasi halal di Indonesia dilakukan oleh Lembaga pengkajian Pangan Obat dan kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Apabila suatu produk mencantumkan logo halal (Halal MUI) tanpa memiliki sertifikat halal dari MUI dapat dikategorikan memalsukan atau melakukan penipuan terhadap konsumen dan dapat dituntut secara hukum.

Label halal adalah label yang memuat keterangan halal dengan standart halal menurut agama islam dan berdasar peraturan pemerintah Indonesia. Label halal diukur dengan indikator yaitu:

1. Gambar, merupakan hasil tiruan berupa bentuk atau pola
2. Tulisan, hasil dari menulis diharapkan untuk bisa dibaca
3. Kombinasi dari gambar dan tulisan, gabungan dari hasil tulisan dan hasil gambar yang dijadikan satu bagian
4. Menempel pada kemasan atau suatu yang melekat dari kemasan

---

<sup>12</sup>Teti Indrawati Purnamasari, “Sertifikasi dan Labelisasi Produk Pangan Halal dalam Rangka Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia”, ( Jurnal—Istinbath : 2005 ),hlm.47

Dengan demikian produk-produk yang tidak mencantumkan label halal belum mendapat persetujuan lembaga berwenang untuk diklasifikasikan kedalam daftar produk halal atau dianggap masih diragukan kehalalannya.<sup>13</sup> Menurut LPPOM MUI, untuk mendapatkan izin pencantuman label halal, maka pemilik usaha (produsen) harus melakukan permohonan sertifikasi halal terlebih dahulu dengan mendaftarkan ke sekretariat LPPOM MUI melalui serangkaian proses yang sudah diatur, seperti berikut ini:

Dari serangkaian proses tersebut dapat disimpulkan bahwa suatu produk yang dikatakan halal tidak semata-mata hanya terdiri dari penyediaan bahan-bahan baku pembuatan, tetapi juga pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, hingga penyajian. Pelaku usaha yang telah mendapatkan sertifikat halal sebaiknya segera mencantumkan label halal pada produk yang akan dijual. Label halal harus ditempatkan di bagian yang mudah terlihat. Jika pelaku usaha tidak melakukan ketentuan tersebut, maka sanksi berupa pencabutan sertifikat halal pun akan dilakukan (LPPOM MUI).<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup>Disampaikan oleh Sugeng Dwi Hastono, Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika LPPOM 13 Agustus 2012. pada: <http://lampung.tribunnews.com/2012/08/13/apa-beda-label-halal-bp-pom-dan-mui>

<sup>14</sup> Majelis Ulama Indonesia. "Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975." (Jakarta: Erlangga, 2011)

### 3. Pemahaman Label Halal

Berdasarkan penjelasan dari konsep pemahaman, konsep label dan konsep label halal, maka dapat disimpulkan bahwa pemahaman label halal adalah kemampuan seseorang dalam mengartikan, menafsirkan, menerjemahkan, atau menyatakan label halal dengan caranya sendiri berdasarkan pengetahuan yang pernah diterimanya. Dalam penelitian ini pemahaman label halal yaitu kemampuan dalam mengartikan, menafsirkan, menerjemahkan, atau menyatakan label halal berdasarkan pengetahuan yang pernah diterimanya.

Ranah kognitif berhubungan dengan kemampuan berpikir, termasuk didalamnya kemampuan mengingat, memahami, mengaplikasi, menganalisis, mengevaluasi, dan mencipta. Ranah kognitif meliputi kemampuan pengembangan keterampilan intelektual dengan tingkatan-tingkatan yaitu:<sup>15</sup>

#### a. Mengingat

Mengingat merupakan kemampuan menarik kembali informasi yang tersimpan dalam memori jangka panjang. Kategori ini mencakup 2 macam proses kognitif, yaitu: mengenali dan mengingat.

#### b. Memahami

Memahami merupakan kemampuan mengkonstruksi makna atau pengertian. Kategori memahami mencakup tujuh proses

---

<sup>15</sup>Anonim. "Definisi Pemahaman Menurut Para Ahli." Diunduh dari: <http://www.duniapelajar.com/2011/09/02/definisi-pemahaman-menurut-paraahli/>. Pada tanggal 26 April 2017.



kognitif, yaitu: menafsirkan, membericontoh, mengklasifikasikan meringkas, membandingkan dan menjelaskan.

c. Mengaplikasi

Mengaplikasi merupakan kemampuan menggunakan suatu prosedur guna menyelesaikan masalah atau mengerjakan tugas. Kategori ini mencakup 2 proses kognitif, yaitu: menjalankan dan mengimplementasikan.

d. Menganalisis

Menganalisis merupakan kemampuan menguraikan suatu permasalahan atau objek ke unsur-unsurnya dan menentukan bagaimana saling keterkaitan antar unsur. Ada tiga macam proses kognitif dalam kategori ini, yaitu: membedakan, mengorganisir dan menemukan proses tersirat.

e. Mengevaluasi

Mengevaluasi merupakan kemampuan membuat suatu pertimbangan berdasarkan kriteria dan standar yang ada. Ada 2 macam proses kognitif, yaitu: memeriksa dan mengkritik.

f. Mencipta

Membuat merupakan kemampuan menggabungkan beberapa proses kognitif. Kemampuan yang tergolong kategori ini, yaitu membuat, merencanakan dan memproduksi.

## 4. Pembelian Produk

### 1. Pengertian pembelian

Menurut Robert Ashton Pembelian adalah dimana konsumen telah memutuskan alternatif yang akan dipilih dan mungkin penggantinya jika diperlakukan, maka konsumen akan melakukan pembelian. Pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya. Termasuk di dalamnya adalah toko dimana konsumen akan membelinya serta cara pembayaran yang akan dilakukannya, apakah dengan cara tunai atau cicilan.

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan bisa meliputi barang fisik (*tangible*) atau meliputi barang jasa (*intangibe*) yang dapat memuaskan konsumennya.<sup>16</sup>

Secara konseptual, produk adalah pemahaman subjektif dari produsen atas sesuatu yang ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan keinginan konsumen sesuai dengan kompetensi dan kapabilitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu, produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang

---

<sup>16</sup> Fajar Laksana. (*Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*.(Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008).).

dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Secara lebih rinci, konsep produk total meliputi barang, kemasan, label, pelayananan dan jaminan.

## **2. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan**

Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, diantaranya sebagai berikut :<sup>17</sup>

### 1) Faktor budaya

Budaya, sub budaya dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar.

### 2) Faktor sosial

Selain faktor budaya, perilaku pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial, diantaranya sebagai berikut :

#### a. Kelompok acuan

Kelompok acuan dalam perilaku pembelian konsumen dapat diartikan sebagai kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku atau seseorang tersebut. Kelompok ini biasanya disebut

---

<sup>17</sup><http://hakimandy.wordpress.com//diunduh> tanggal 14 November 2015

sebagai kelompok keanggotaan, yaitu sebuah kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung terhadap seseorang.

b. Keluarga

Dalam sebuah organisasi pembelian konsumen, keluarga dibedakan menjadi dua bagian. Pertama keluarga yang dikenal sebagai keluarga orientas. Keluarga jenis ini terdiri dari orang tua, saudara, seseorang yang dapat memberikan orientasi agama, politik dan ekonomi serta ambisi pribadi. Kedua yang terdiri dari pasangan dan jumlah anak yang dimiliki.

c. Peran dan status

Hal selanjutnya yang dapat menjadi faktor sosial yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian seseorang adalah peran dan status mereka dalam masyarakat. Makin tinggi peran seseorang dalam sebuah organisasi maka akan semakin tinggi pula status mereka dalam organisasi tersebut dan secara langsung dapat berdampak dalam pembelinya. Contoh seorang Direktur disebuah perusahaan memiliki status yang lebih tinggi dibandingkan dengan supervisor. Jadi seorang Direktur akan memilih merek yang lebih mahal dalam membelinya.

3) Pribadi

Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, diantaranya usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan,

ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli, terdiri dari :

a. Usia dan siklus hidup keluarga

Orang yang membelibarang dan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya yang dimana setiap kegiatan konsumsi ini dipengaruhi oleh siklus hidup keluarga

b. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi

Pekerjaan dan lingkungan ekonomi seseorang dapat mempengaruhi pola konsumsinya. Contohnya Direktur perusahaan akan membeli pakaian yang mahal. Selain itu, biasanya pemilihan produk juga dilakukan berdasarkan oleh keadaan ekonomi seseorang seperti besaran penghasilan yang dimiliki.

c. Gaya Hidup

Gaya hidup dapat diartikan sebagai sebuah pola hidup seseorang yang terungkap dalam aktivitas, minat opininya yang berbentuk sebuah kelas sosial, dan pekerjaan. Tetapi, kelas sosial dan pekerjaan yang sama tidak menjamin munculnya sebuah gaya hidup yang sama.

d. Kepribadian

Setiap orang memiliki berbagai macam karakteristik yang berbeda-beda yang dapat mempengaruhi aktifitas kegiatan pembelinya. Kepribadian merupakan ciri bawaan psikologis manusia yang berbeda yang menghasilkan sebuah tanggapan relatifkonsisten

dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian biasanya digambarkan dengan ciri bawaan kemampuan, bersosialisasi. Kepribadian dapat menjadi sangat berguna dalam pemilihan produk saat membeli. Hal ini dikarenakan beberapa kalangan konsumen akan memilih produk yang cocok dengan kepribadiannya.

## B. Kajian Penelitian yang Relevan

**Tabel 1.3**

### Hasil penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Maya Anggraeni 2016,	pengaruh persepsi label halal, citra merek, dan Word Of Mouth( WOM)terhadap pembelian produk Restoran Solaria MallYogyakarta <sup>18</sup>	Hasil penelitian ini menunjukkan pemahaman label halal berpengaruh secara signifikan terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal dibuktikan dengan nilai koefisien regresi positif	Peneliti yang dilakukan oleh Maya Anggraini menggunakan label halal, citra merek dan word of mouth sebagai variabel independenya, sedangkan penukis hanya menggunakan legalitas usaha dan labelisasi halal sebagai variabel independenya. Kemudian dalam penelitian sebelumnya melakukan studi terhadap pembelian

<sup>18</sup>Maya Anggraeni, *Penelitian Pengaruh Persepsi Label Halal, Citra Merek, dan Word Of Mouth ( WOM ) Terhadap Pembelian Produk* ( Yogyakarta :Fakultas Ekonomi, 2016)

				peoduk Restoran Solaria Mall Yogyakarta, sedangkan penulis meneliti pembelian produk usaha Mikro kecil menengah di Tulungagung
2.	Iqbal Efendi 2015, <sup>19</sup>	pengaruh legalitas usaha terhadap pembelian usaha pada UKM di Kota Magelang Propinsi Jawa Tengah.	Hal ini menunjukkan bahwa legalitas usaha berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha. hal ini berarti variabel internasionalisasi usaha, legalitas usaha, fasilitas kredit, ukuran usaha, umur perusahaan, dan pendidikan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap pertumbuhan usaha.	Peneliti yang dilakukan oleh Iqbal Efendi menggunakan legalitas usaha, dan ukuran usaha, dan umur perusahaan, sedangkan peneliti menggunakan legalitas usaha dan labelisasi sebagai variabel independenya. Kemudian dalam penelitian sebelumnya melakukan studi terhadap pertumbuhan usaha, peneliti melakukan studi terhadap pembelian produk usaha mikro kecil dan menengah.
3.	Yuli Mutiah Rambe dan Syaad Afifuddin 2012,	Pengaruh Pencantuman Label Halal pada Kemasan Mie Instan terhadap Minat	Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa pencantuman label	Perbedaan penelitian terletak pada variabel bebas yaitu pada penelitian sebelumnya

<sup>19</sup>Iqbal Efendi, *Pengaruh Legalitas Usaha Terhadap Pembelian Produk Usaha Pada UKM di Kota Magelang* ( Jawa Tengah : Magelang,2015 )

		Pembelian Masyarakat Muslim <sup>20</sup>	halal pada kemasan mie instan berpengaruh sangat signifikan terhadap minat pembelian mahasiswa. penelitian ini diketahui bahwa pencantuman label halal memberikan pengaruh terhadap minat beli	hanya ada satu variabel bebas yaitu pencantuman label halal, sedangkan pada penelitian Ika Oktavia Alfy Nizami ada dua variabel bebas yaitu pemahaman legalitas Usaha dan labelisasi halal. Kemudian penelitian sebelumnya melakukan studi mengenai minat pembelian masyarakat Muslim, dan peneliti melakukan studi pembelian produk usaha mikro kecil dan menengah di kabupaten Tulungagung
4	Rofiqoh (2012) <sup>21</sup>	Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Mie Instan Indofood (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Muamalah Dan Ahwal Al-Syakhsiyah Semester VIII IAIN Walisongo Semarang)	Berdasarkan hasil analisis, labelisasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen membeli produk mie instan indofood	Perbedaan penelitian pada Rofiqoh terletak pada variabel bebas yaitu pada penelitian sebelumnya hanya ada satu variabel bebas yaitu pencantuman label halal, sedangkan pada penelitian Ika Oktavia Alfy Nizami ada dua variabel bebas yaitu

<sup>20</sup>Yuli Mutiah Rambe dan Syaad Afifuddin, *Pengaruh Pencantuman Label Halal pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim*, (Jurnal Ekonomi Keuangan, 2012), vol 1

<sup>21</sup>Rofiqoh. "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Mie Instan Indofood," (Semarang : Jurnal diterbitkan), Hal .2



		meneliti tentang Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Mie Instan Indofood (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Muamalah Dan Ahwal Al-Syakhsiyah Semester VIII IAIN Walisongo Semarang)		pemahaman legalitas Usaha dan labelisasi halal. Kemudian penelitian sebelumnya melakukan studi mengenai Keputusan Konsumen Membeli Produk Mie Instan Indofood dan peneliti melakukan studi pembelian produk usaha mikro kecil dan menengah di kabupaten Tulungagung
5	M. Agung Wibisono (2007) <sup>22</sup>	“Hubungan Antara Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Labelisasi Halal Makanan Kaleng Dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Surabaya”	Hasil korelasi variable menunjukkan hubungan yang positif bahwa ada hubungan antara persepsi konsumen muslim terhadap labelisasi halal makanan kaleng dengan pengambilan keputusan pembelian konsumen muslim di Surabaya diterima.	Perbedaan penelitian pada M. Agung Wibisono terletak pada variabel terikat yaitu pada penelitian sebelumnya ada 2 variabel terikat yaitu labelisasi halal dan pengambilan keputusan pembelian, sedangkan pada penelitian Ika Oktavia Alfy Nizami ada 1 variabel terikat yaitu pembelian produk usaha mikro kecil menengah Kabupaten Tulungagung.

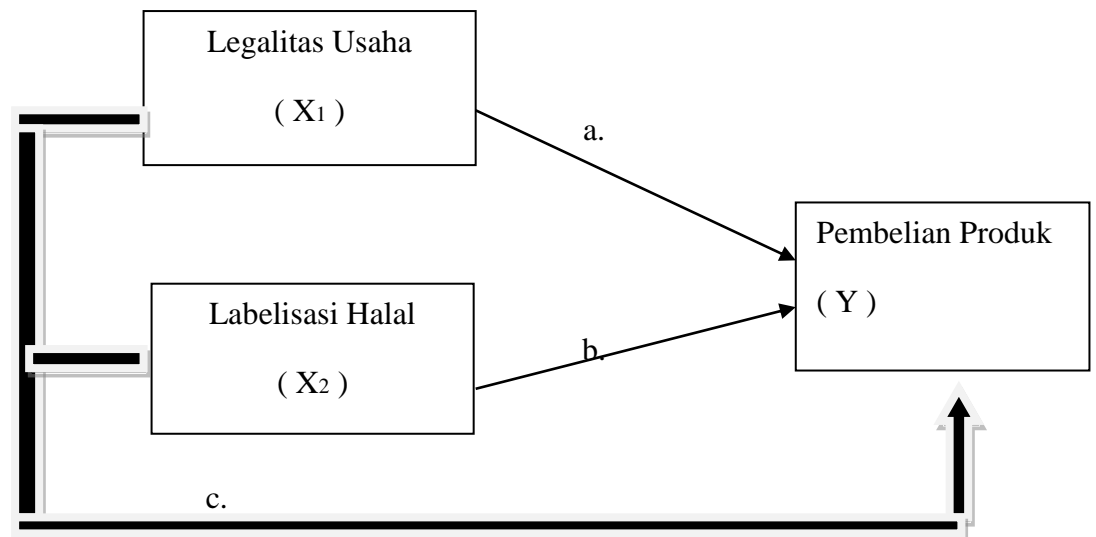
<sup>22</sup> M. Agung Wibisono, “Hubungan Antara Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Labelisasi Halal Makanan Kaleng Dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Surabaya” (Surabaya : Jurnal Diterbitkan 2007), Vol 1

--	--	--	--	--

### C. Kerangka Konseptual

Pada penelitian ini menggunakan judul dengan variabel dependent legalitas usaha ( X1 ), Labelisasi Halal ( X2 ), terhadap Penjualan Produk ( Y ) usaha mikro kecil dan menengah binaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM kabupaten Tulungagung.

Dari judul tersebut dapat digambarkan, sebagai berikut :



keterangan :

1. Dalam panah huruf a menjelaskan legalitas usaha ( X1 ) mempunyai pengaruh terhadap penjualan pada produk ( Y )

2. Dalam panah b menjelaskan bahwa labelisasi halal ( X2 ) mempunyai pengaruh terhadap penjualan produk ( Y ).
3. Dalam panah c menjelaskan bahwa legalitas usaha ( X1 ) dan labelisasi halal ( X2 ) berpengaruh simultan terhadap pembelian produk ( Y ).

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan suatu *konklusi* yang sifatnya masih sementara atau pertanyaan berdasarkan pengetahuan tertentu yang masih lemah dan harus dibuktikan kebenarannya. Dapat dirumuskan dalam hipotesis penelitian ini, yang selanjutnya akan diuji :

##### **Hipotesis 1**

H0 : tidak ada pengaruh secara signifikan antara legalitas usaha terhadap pembelian produk usaha mikro kecil menengah terhadap binaan Dinas koperasi dan usaha mikro kabupaten Tulungagung.

H1 : Ada pengaruh secara signifikan antara legalitas usaha terhadap penjualan produk usaha mikro kecil menengah terhadap binaan Dinas koperasi dan usaha mikro kabupaten Tulungagung.

##### **Hipotesis 2**

H0 : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara labelisasi halal terhadap pembelian produk usaha mikro kecil menengah terhadap binaan Dinas koperasi dan usaha mikro kabupaten Tulungagung.

H1 : Ada pengaruh secara signifikan antara labelisasi halal terhadap pembelian produk usaha mikro kecil menengah terhadap binaan Dinas koperasi dan usaha mikro kabupaten Tulungagung.

### **Hipotesis 3**

H0 : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara legalitas usaha dan labelisasi halal terhadap pembelian produk usaha mikro kecil menengah terhadap binaan Dinas koperasi dan usaha mikro kabupaten Tulungagung

H1 : Ada pengaruh secara signifikan antara legalitas usaha dan labelisasi halal terhadap pembelian produk usaha mikro kecil dan menengah terhadap binaan Dinas koperasi dan usaha mikro kabupaten Tulungagung.