

SKRIPSI

PENGARUH PENYEMBELIHAN AYAM HALAL DAN KESADARAN HALAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI PASAR TRADISIONAL ULEE KARENG KOTA BANDA ACEH



Disusun Oleh:

**TEUKU MUHAMMAD HAVIVI
NIM. 190602308**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025 M / 1446 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Teuku Muhammad Havivi
NIM : 190602308
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. ***Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
2. ***Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
3. ***Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
4. ***Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
5. ***Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 20 Mei 2025

Yang Menyatakan



Teuku Muhammad Havivi

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Penjualan Ayam Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh

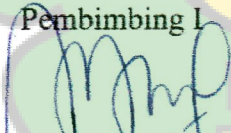
Disusun Oleh:

Teuku Muhammad Havivi

NIM. 190602308

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan
formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program
Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

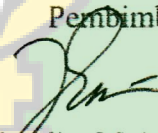
Pembimbing I



Ayumiati, S.E., M.Si. CTr.

NIP. 197806152009122002

Pembimbing II

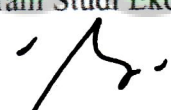


Dr. Jalaluddin, M.A., AWP., CWC.

NIP. 196512302023211002

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Dr. Nilam Sari, M.Ag.

NIP. 197103172008012007

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Penyembelihan Ayam Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh

Teuku Muhammad Havivi

NIM. 190602308

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata 1 (S-1) dalam
Bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: 23 Juni 2025 M
Senin, 26 Dzulhijjah 1446 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Ayumiati, S.E., M.Si. CTTTr.

NIP. 197806152009122002

Sekretaris,

Dr. Jalaluddin, M.A., AWP., CWC

NIP. 196512302023211002

Penguji I,

Dr. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.S.I.

NIP. 197612172009122001

Penguji II,

Jalilah, S.Hi., M.Ag.

NIP. 201806080619882069

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec

NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA
ACEH UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Teuku Muhammad Havivi

NIM : 190602308

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

E-mail : 190602308@student.ar-raniry.ac.id

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah :

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi ☐

yang berjudul:

Pengaruh Penjualan Ayam Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain

☐ secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Banda Aceh

Pada Tanggal: 2024

Mengetahui:

Penulis

Teuku Muhammad Havivi
NIM. 190602308

Pembimbing I

Ayumiati, S.E., M.Si. CTTr.
NIP. 197806152009122002

Pembimbing II

Dr. Jalaluddin, M.A., AWP., CWC
NIP. 196512302023211002

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Rabbil'alam, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya, segala urusan yang dianggap sulit menjadi mudah sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam penulis haturkan kepada nabi besar Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari alam kebodohan menuju alam penuh dengan ilmu pengetahuan. Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Penjualan Ayam Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh”** sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana dari Prodi Ekonomi Syariah. Dalam proses penyelesaian skripsi ini penulis banyak mengalami kesulitan dan hambatan. Dalam kesempatan ini tidak lupa pula penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag. dan Ayumiati, S.E., M.Si. sebagai Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang selalu mendukung serta memberikan semangat dalam bidang kecerdasan akademik dan spiritual.

3. Hafiizh Maulana, S.P., S.H.I., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ayumiati, S.E., M.Si. CTTr. dan Dr. Jalaluddin, M.A., AWP., CWC. selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan mencurahkan ilmu pengetahuannya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Dr. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.S.I. dan Jalilah, S.Hi., M.Ag. selaku penguji I dan selaku penguji II yang telah memberikan masukan, saran, dan perbaikan untuk skripsi ini agar menjadi lebih baik lagi.
6. Seluruh dosen, pegawai dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta segenap pengurus dan pegawai perpustakaan utama Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dan Ruang baca FEBI yang sudah memberikan fasilitas untuk mengadakan studi kepustaka.
7. Penelitian ini saya dedikasikan untuk Orang Tua saya tercinta yang telah menjadi sosok panutan dalam hidup saya dan senantiasa selalu mendoakan dan menasehati dengan setulus hati serta memberikan dukungan baik moril maupun materil. Terimakasih juga kepada Abang, Kakak, dan Adik yang saya sayangi karena turut membantu menyemangati dan selalu mengingatkan saya tanpa henti agar saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya, sehingga saya dapat

menyelesaikan jenjang pendidikan perguruan tinggi ini dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

8. Sahabat-sahabat yang sangat saya sayangi yang turut berjasa dalam segala hal terutama membantu penulis dalam suka maupun duka, memberikan dukungan moril dan materil. Terimakasih juga kepada seluruh teman-teman seperjuangan khususnya Ekonomi Syariah yang telah memberi semangat dan sama-sama berjuang dalam menyelesaikan tugas akhir demi mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi.

Semoga segala jasa bantuan yang diberikan dapat menjadi amalan yang baik dan pahala sehingga memperoleh balasan yang layak dan lebih baik dari Allah SWT. Penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang membangun agar penelitian ini mampu menjadi yang lebih baik dan bermanfaat di masa yang akan datang. Akhir kata kita berdoa kehadiran Allah SWT agar penelitian ini menjadi satu amal kebaikan bagi kami dan semoga bermanfaat dalam misi mengembangkan ilmu pengetahuan. Amin Ya Rabbal ‘Alamin.

Banda Aceh, 20 Mei 2025

Penulis

Teuku Muhammad Havivi

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun1987 –Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
آي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
أو	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

Kaifa : كيف

Haula : هول

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
آ/إِ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atauya	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
وِ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ
ramā : رَمَى
qīla : قِيلَ
yaqūlu : يَقُولُ

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. *Ta marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

rauḍah al-atfāl/ rauḍatulaṭfāl:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah/:

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

Talḥah:

طَلْحَة

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Teuku Muhammad Havivi
NIM : 190602308
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Penyembelihan Ayam Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh
Pembimbing I : Ayumiati, S.E., M.Si. CTTr.
Pembimbing II : Dr. Jalaluddin, M.A., AWP., CWC.

Tingginya tingkat konsumsi daging ayam mencerminkan besarnya minat beli masyarakat terhadap produk pangan hewani. Namun, hal ini belum sepenuhnya diimbangi dengan kesesuaian terhadap prinsip halal, terutama dalam praktik penyembelihan yang belum terstandar serta rendahnya kesadaran konsumen terhadap kehalalan produk. Kondisi ini menunjukkan perlunya penguatan implementasi Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) sebagai upaya untuk menjamin kehalalan produk yang beredar di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penyembelihan ayam secara halal dan kesadaran halal terhadap minat beli konsumen pada Pasar Tradisional Ulee Kareng, Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *accidental sampling*. Analisis data dilakukan dengan metode regresi linear berganda. Hasil menunjukkan bahwa penyembelihan ayam halal dan kesadaran halal masing-masing berpengaruh positif, baik secara parsial maupun simultan, terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci: Minat Beli Konsumen, Penyembelihan Ayam Halal, Kesadaran Halal, Pasar Tradisional

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Teori Produk Halal	11
2.1.1 Pengertian Halal	11
2.1.2 Produk Halal	13
2.1.3 Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH)	15
2.1.4 Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH)	19
2.1.5 Sertifikasi Halal	21
2.2 Penyeimbangan Halal	22
2.2.1 Pengertian Penyeimbangan Halal	22
2.2.2 Indikator Penyeimbangan Halal	28
2.3 Kesadaran Halal	29

2.3.1	Pengertian Kesadaran Halal.....	29
2.3.2	Indikator Kesadaran Halal	31
2.4	Minat Beli	32
2.4.1	Pengertian Minat Beli	32
2.4.2	Faktor Pembentuk Minat	33
2.4.3	Indikator Minat Beli	35
2.5	Penelitian Terdahulu.....	36
2.6	Pengaruh Antar Variabel	40
2.6.1	Pengaruh Penyembelian Ayam Halal Terhadap Minat Beli Konsumen di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh.....	40
2.6.2	Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Konsumen di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh	41
2.7	Kerangka Pemikiran	43
2.8	Pengembangan Hipotesis.....	44
BAB III	METODE PENELITIAN.....	45
3.1	Jenis Penelitian	45
3.2	Data dan Teknik Pemerolehannya	45
3.3	Populasi dan Sampel.....	46
3.3.1	Populasi.....	46
3.3.2	Sampel	47
3.4	Variabel Penelitian	48
3.4.1	Variabel Dependen (Y).....	48
3.4.2	Variabel Independen (X)	48
3.5	Skala Pengukuran	49
3.6	Uji Instrumen.....	49
3.6.1	Uji Validitas	49
3.6.2	Uji Reliabilitas	50
3.7	Uji Asumsi Klasik	50
3.7.1	Uji Normalitas	50
3.7.2	Uji Heteroskedastisitas	51
3.8	Analisis Regresi Berganda.....	52
3.9	Uji Parsial (Uji - t).....	52
3.10	Uji Simultan.....	53

3.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Hasil Penelitian.....	56
4.1.1 Karakteristik Responden.....	56
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
4.1.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Ayam.....	59
4.1.2 Karakteristik Jawaban Responden	59
4.1.2.1 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Penyembelihan Ayam Halal	59
4.1.2.2 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Kesadaran Halal	61
4.1.2.3 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Minat Beli Konsumen ...	62
4.1.3 Statistik Deskriptif	64
4.1.4 Uji Validitas.....	64
4.1.5 Uji Reliabilitas	66
4.1.6 Uji Asumsi Klasik.....	67
4.1.6.1 Uji Normalitas.....	67
4.1.6.2 Uji Heteroskedastisitas.....	68
4.1.6.3 Uji Multikolonieritas.....	69
4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda	70
4.1.8 Uji Hipotesis (Uji – t)	72
4.1.9 Uji Simultan (Uji-F)	73
4.1.10 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)	73
4.2 Pembahasan	74

4.2.1	Pengaruh Penyembelian Ayam Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh.....	74
4.2.2	Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh	77
4.2.3	Pengaruh Penyembelian Ayam Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh	81
BAB V	PENUTUP	84
5.1	Kesimpulan	84
5.2	Saran	84
	DAFTAR PUSTAKA	86
	LAMPIRAN	90



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Produk Ayam Potong Halal Di Kota Banda Aceh.....	5
Tabel 3.1 Skala Likert	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	59
Tabel 4.6 Persepsi Responden Terhadap Variabel Penyembelihan Ayam Halal.....	60
Tabel 4.7 Persepsi Responden Terhadap Variabel Kesadaran Halal.....	61
Tabel 4.8 Persepsi Responden Terhadap Variabel Minat Beli Konsumen.....	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S).....	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas.....	70
Tabel 4.14 Hasil Regresi Linear Berganda.....	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial.....	72
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan.....	73
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	43
Gambar 4.1 Normal Probability Plot.....	68
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	88
Lampiran 2 Data Penelitian	93
Lampiran 3 Output SPSS.....	100
Lampiran 4 Dokumentasi	110



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi membawa dampak bebasnya perdagangan yang akan menjadi suatu fenomena yang harus dihadapi dengan kesiapan secara matang oleh faktor-faktor produksi. Bebasnya suatu perdagangan akan memudahkan keluar masuknya barang, jasa, teknologi, bahkan budaya yang mungkin akan tercampur dengan budaya asli Negara yang bersangkutan (Meliana, 2020).

Seiring majunya era globalisasi saat ini, konsumsi masyarakat terhadap produk-produk yang diinginkan cenderung terus meningkat, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat termasuk pola konsumsinya. Perubahan teknologi produksi, sistem perdagangan internasional dan gaya hidup konsumen tersebut pada realitasnya meningkatkan resiko dengan implikasi yang luas pada kesehatan dan keselamatan konsumen. Apabila terjadi produk sub standar, rusak atau terkontaminasi oleh bahan berbahaya maka risiko yang terjadi akan berskala besar dan luas serta berlangsung secara amat cepat (Jan, dkk, 2022).

Untuk itu telah dibentuk Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) yang memiliki jaringan nasional dan internasional serta kewenangan penegakan hukum dan memiliki kredibilitas profesional yang mampu mendeteksi, mencegah dan mengawasi produk-produk termaksud untuk melindungi keamanan,

keselamatan dan kesehatan konsumennya baik di dalam maupun di luar negeri (BPOM Republik Indonesia, 2022), Sedangkan Lembaga yang berwenang dan berkompeten untuk melakukan verifikasi terjaminnya kehalalan suatu produk khususnya di Aceh ialah LPPOM MPU Aceh.

Dengan adanya BPOM dan label halal dari MUI ini membuat masyarakat percaya dan merasa aman dari ancaman kesehatan akibat mengkonsumsi produk yang tidak aman. Tingginya kebutuhan akan produk yang terjamin rasa aman dan kehalalan inilah yang membuat pemerintah Indonesia memperhatikan keamanan pangan bagi masyarakat sebagai konsumen terlebih konsumen muslim yang merupakan mayoritas terbesar. Melalui peranan BPOM dan MUI, pemerintah berusaha untuk melakukan sertifikasi halal sehingga dapat memberikan rasa aman bagi konsumen muslim di Indonesia dalam mengonsumsi produk-produk pangan khususnya makanan sehari-hari (Jan, dkk, 2022).

Makanan merupakan kebutuhan biologis setiap insan dan tidak hanya berfungsi sebagai konsumsi tubuh semata, namun makanan juga memiliki pengaruh terhadap akal dan tingkah laku seseorang (Al-Fauzan, 2005). Bagi seorang muslim makanan bukan hanya sekedar penghilang rasa lapar saja atau sekedar terasa enak dilidah namun lebih jauh dari itu. Mereka akan melihat kepada aspek kehalalan makanan tersebut. Makanan yang halal mengandung kebaikan, diantaranya membuat tubuh menjadi sehat jasmani serta

rohaninya, sehingga mampu menjalankan ibadah kepada Allah SWT (Pangestu, 2017).

Salah satu bahan makanan yang memberikan sumbangan sangat besar bagi kebutuhan protein hewani adalah daging ayam. Menurut Rahmadani (2023), kandungan gizi daging ayam memiliki kandungan protein yang besar, sekitar 37 gram/100 gram daging ayam. Kelebihan-kelebihan yang dimiliki daging ayam sebagai bahan konsumsi ini telah menyebabkan terdapat minat beli yang tinggi dari masyarakat dibandingkan dengan daging lainnya (Olisa, 2022). Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, tingkat konsumsi rata-rata per kapita daging ayam ras di Indonesia dalam setahun adalah 12,79 kg/kapita/tahun. Tingkat konsumsi ayam ras ini lebih besar dibandingkan tingkat konsumsi rata-rata per kapita daging sapi yang hanya sebesar 2,66 kg/kapita/tahun (BPS, 2020).

Tingginya konsumsi daging ayam ini menunjukkan minat beli yang tinggi dari masyarakat. Menurut Wijayanti (2011) minat beli masyarakat merupakan suka atau tidaknya seseorang terhadap produk baik barang maupun jasa yang akan dibeli untuk dikonsumsi. Namun, dalam pembelian daging ayam yang tepat untuk dikonsumsi juga memerlukan label halal, agar masyarakat tidak ragu-ragu dalam membelinya (Indogastronomi, 2016).

Minat beli konsumen terhadap daging ayam dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan praktik penyembelihan halal dan tingkat kesadaran halal konsumen. Al-Halim (2022) mengungkapkan bahwa penyembelihan halal memiliki pengaruh

parsial terhadap perilaku dan kepuasan konsumen. Konsumen yang mengetahui dan yakin bahwa ayam yang mereka beli telah disembelih sesuai dengan ketentuan syariat Islam cenderung merasa lebih puas dan lebih mungkin untuk melakukan pembelian ulang. Kepuasan ini didasarkan pada keyakinan bahwa produk yang dikonsumsi tidak hanya memenuhi standar kebersihan dan kesehatan, tetapi juga sesuai dengan prinsip religius yang dianut.

Kedua, faktor kesadaran halal, sejumlah penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kesadaran halal memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Khomariyah (2017) mengungkapkan bahwa konsumen dengan tingkat kesadaran halal yang tinggi tidak hanya mempertimbangkan faktor harga dan rasa dalam memilih makanan, tetapi juga memastikan bahwa produk tersebut memenuhi standar kehalalan. Sementara itu, Izzuddin (2018) menyoroti bahwa kesadaran halal berpengaruh terhadap persepsi konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk. Meliana (2020) menambahkan bahwa kesadaran halal turut memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk halal.

Namun, terdapat kendala dalam praktik penyembelihan ayam di lokasi penjualan serta rendahnya tingkat kesadaran halal di kalangan masyarakat Provinsi Aceh, yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Salah satu permasalahan utama adalah masih terbatasnya penjual yang menyediakan daging ayam dengan sertifikasi halal dari MUI di Provinsi Aceh, khususnya Kota Banda Aceh. Hingga tahun 2021, hanya terdapat dua tempat pemotongan

ayam bersertifikat halal di Kota Banda Aceh. Berikut ini adalah daftar produk ayam potong halal yang tersedia di Kota Banda Aceh.

Tabel 1.1
Daftar Produk Ayam Potong Halal Di Kota Banda Aceh

Nama Produk	Nama Perusahaan	No. Sertifikasi Halal	Masa Berlaku		Alamat
			Mulai Berlaku	Masa Berakhir	
Ayam Potong Musafir	UD. Ayam Potong Musafir	14020000020521	24-05-2021	23-05-2024	Pasar Lambaro
Ayam Segar	UD. Ayam Segar	14020000031021	06-10-2021	05-20-2025	Pasar Seutui

Sumber: LPPOM MPU Aceh, 2023.

Selain itu, berdasarkan hasil pengamatan peneliti, masyarakat Kota Banda Aceh lebih memilih hal-hal yang menurut mereka lebih praktis dan memilih mengkonsumsi ayam potong yang beredar di pasar tradisional dalam keadaan yang telah disembelih. Masyarakat menyerahkan sepenuhnya kepada penjual, tanpa sedikitpun bertanya atau sekedar ingin mengetahui apakah ayam yang disembelih sudah memenuhi persyaratan sesuai syariat atau belum. Apakah si penjual membaca basmallah dalam melakukan penyembelihan tersebut atau tidak dilakukan. Begitu pula dengan syarat lainnya.

Sebab dalam pengamatan peneliti, penyembelihan ayam potong dilakukan secara cepat dan dalam volume banyak, sehingga ayam yang sudah disembelih tidak menunggu ayamnya mati dengan sendirinya, namun mati karena ditumpuk, berhimpitan, dan disiram air panas. Sehingga ayamnya mati bukan karena sebab disembelih. Fakta inilah yang sesungguhnya terjadi saat ini, mengingat kaum

muslimin tidak sepenuhnya peduli dan perhatian dalam penyembelihan ayam ini (Pangestu, 2017). Ketidakpedulian masyarakat terhadap proses ini menandakan kurangnya kesadaran halal dari masyarakat dalam membeli ayam.

Fenomena ini didukung hasil penelitian oleh Anwar (2017) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara penyembelihan halal terhadap perilaku konsumen dalam membuat keputusan membeli. Anwar mengemukakan bahwa sebagian besar konsumen dari rumah potong ayam Alfa Broiler memutuskan tetap membeli ayam potong dari rumah potong tersebut walaupun mereka tidak secara langsung melihat atau mengetahui proses penyembelihan yang dilakukan. Konsumen ini tampaknya lebih mempercayai reputasi rumah potong atau mungkin menganggap bahwa semua ayam potong di pasaran telah memenuhi standar halal tanpa perlu verifikasi lebih lanjut.

Dengan adanya permasalahan terkait rendahnya penerapan prinsip-prinsip syariah dalam proses penyembelihan ayam oleh para pedagang, serta minimnya kesadaran halal di kalangan pembeli. Hal ini menjadi semakin krusial mengingat produk hewani seperti ayam potong merupakan bahan konsumsi utama masyarakat, dan kehalalan proses penyembelihannya sangat menentukan status hukum konsumsi produk tersebut dalam Islam. Objek penelitian difokuskan pada Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh, karena pasar ini hingga saat ini belum memperoleh label halal atau pengakuan resmi dari LPPOM MPU Aceh. Kondisi ini

menimbulkan keraguan apakah proses penyembelihan ayam yang dilakukan oleh pedagang di pasar tersebut telah mengikuti kaidah-kaidah syariat Islam, seperti penggunaan penyembelih bersertifikat, alat penyembelihan yang suci, serta pelaksanaan tata cara penyembelihan yang benar. Jika tidak sesuai, maka status halal dari ayam potong yang dijual sangat diragukan, dan berpotensi menimbulkan pelanggaran syariat serta mengancam hak konsumen Muslim atas produk yang halal dan thayyib.

Di sisi lain, terdapat fakta menarik yang semakin memperkuat relevansi pasar ini sebagai objek studi, yakni tingginya minat beli masyarakat terhadap ayam potong di pasar ini, meskipun tanpa adanya jaminan kehalalan secara resmi. Fenomena ini mencerminkan adanya kesenjangan antara permintaan dan kesadaran masyarakat terhadap kehalalan produk, serta ketidaksesuaian antara praktik di lapangan dengan regulasi halal yang berlaku di Aceh sebagaimana diatur dalam Qanun Aceh No. 8 Tahun 2016.

Lebih lanjut, berdasarkan kajian pustaka, ditemukan adanya research gap atau celah penelitian terdahulu yang belum banyak membahas secara spesifik praktik penyembelihan ayam di pasar tradisional yang belum tersertifikasi halal, khususnya dalam konteks pelaksanaan Qanun SJPH Aceh. Maka dari itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kekosongan tersebut, sekaligus memberikan kontribusi praktis dalam upaya peningkatan pengawasan, pembinaan, dan implementasi SJPH di pasar-pasar

tradisional, yang hingga kini masih menjadi pusat konsumsi utama masyarakat.

Berdasarkan fenomena di atas menarik peneliti untuk mengkaji dan meneliti secara mendalam dengan judul penelitian **“Pengaruh Penyembelihan Ayam Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, peneliti ingin merumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimana pengaruh penyembelihan ayam halal terhadap minat beli konsumen di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh?
2. Bagaimana pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli konsumen di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh?
3. Bagaimana pengaruh penyembelihan ayam halal dan kesadaran halal secara simultan terhadap minat beli konsumen di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitiannya adalah:

1. Untuk menguji pengaruh penyembelihan ayam halal terhadap minat beli konsumen di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh.
2. Untuk menguji pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli konsumen di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh.
3. Untuk menguji pengaruh penyembelihan ayam halal dan kesadaran halal secara simultan terhadap minat beli konsumen di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pustaka dan referensi untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis serta pembaca mengenai pengaruh penyembelihan ayam halal dan kesadaran halal terhadap minat beli konsumen di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh.

2. Manfaat praktis

Bagi pelaku bisnis dan masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menjual dan mengonsumsi ayam di Banda Aceh yang sesuai dengan Syariah Islam.

1.5 Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Adapun pada bab landasan teori ini menjelaskan tentang pengaruh penyembelihan ayam halal dan kesadaran halal terhadap minat beli konsumen di Pasar Tradisional Ulee Kareng Kota Banda Aceh.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian ini membahas tentang rancangan penelitian, populasi dan sampel, data dan teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, hasil analisis data serta pembahasan tentang hasil temuan dan implementasinya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup dari penelitian yang terdiri dari kesimpulan dan saran.