



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 2, Oktober (2025), h.300-317.

10.24252/al-mashrafiyah.v9i2.62001

Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Tingkat Penjual Produk ANH di Kecamatan Wangi-Wangi Kabupaten Wakatobi

Wa Ode Rani Aisafah¹, Sitti Rahma Gurudin²

Sekolah Tinggi Agama Islam Wakatobi^{1,2}

raniaaisafahrani@gmail.com¹, sittirahmastaiwakatobi@gmail.com²

Received: 13-10-2025; Revised: 25-10-2025; Accepted: 07-11-2025;

Keywords: *Halal labeling, Sales, Islamic Economics*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of halal labeling on the sales level of ANH products in Wangi-Wangi District, Wakatobi Regency. This research employs a quantitative descriptive approach. Data were collected through questionnaires, observation, and documentation. The result show that halal labeling has a positive effect on the sales of ANH products. This indicates that the higher consumers' awareness of halal labels, the higher the sales level of ANH productd. The findings also show that halal labeling serves as an important factor in purchasing decisions, especially among Muslim consumers, from the perspective of Islamic economics.

Kata Kunci: Labelisasi Halal, Penjualan, Ekonomi Syariah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap penjualan produk ANH di Kecamatan Wangi-Wangi Kabupaten Wakatobi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif terhadap penjualan produk ANH. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kesadaran konsumen terhadap label halal semakin meningkat pula tingkat penjualan produk ANH di Kecamatan Wangi-Wangi. Temuan ini sejalan dengan pandangan ekonomi syariah bahwa kehalalan produk menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian masyarakat Muslim.

PENDAHULUAN

Masyarakat Wakatobi mayoritas beragama Islam. Wakatobi merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Sulawesi Tenggara, Indonesia. Berbagai pusat perekonomian masyarakat dan sumber-sumber pendapatan dibangun dan dikembangkan agar mampu membiayai pembangunan daerah. Hal ini dilakukan untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi, mewujudkan masyarakat Wakatobi yang makmur dan sejahtera melalui pemberdayaan ekonomi dan peningkatan peran masyarakat dalam segala bidang termaksud bidang ekonomi dalam hal



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 2, Oktober (2025), h.300-317.

10.24252/al-mashrafiyah.v9i2.62001

pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Maka dari itu kebutuhan masyarakat akan produk halal semakin meningkat. Kata halal (*halal, 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 (Qardhawi, 2007).

Produk halal yang beredar di Wakatobi sudah cukup banyak kita jumpai, namun tidak sedikit pula produk atau barang yang tidak memiliki label halal. Dalam hal ini, label halal pada suatu produk juga tidak asal ditempel melainkan suatu perusahaan harus melewati suatu uji kehalalan dan kelayakan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) terlebih dahulu. Dimana setelah melakukan uji kehalalan dan kelayakan suatu produk perusahaan akan memperoleh Sertifikat halal. Sebagaimana yang terdapat dalam Undang-Undang RI Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Pasal 3, menjelaskan bahwa pengadaan produk halal pada setiap produk “memberikan kenyamanan, keselamatan, keamanan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal”.

Makanan yang baik dalam agama Islam tidak sekedar makanan yang dimasak sampai matang dan memberirasa lezat dan enak, namun makanan yang baik adalah yang diperoleh ataupun diproduksi secara halal dan *thayyib* sesuai syariat Islam (Mairinda, 2021). Islam sangat menekankan keseimbangan dalam pemenuhan kebutuhan jasmani dan rohani. Setiap muslim mempunyai kewajiban tidak hanya sekedar memilih makanan sehat, namun juga halal. Oleh sebab itu, bagi orang Islam hendaklah ketika akan memakan makanan harus mempertimbangkan aspek nilai gizi dan juga mengutamakan kehalalannya. Adapun bahan makanan hewani kehalalannya ditentukan pada proses penyembelihan dan produksinya. Harus diketahui juga bahwa proses penyembelihan menurut Islam, tidak sekedar memotong saluran makan dan pernapasan hewan hingga putus, namun harus melalui penyembelihan yang sesuai dengan syariat Islam (Mudhafier, 2004).

Pentingnya labelisasi halal bagi masyarakat terutama yang menganut agama Islam, menekankan para pelaku usaha agar menciptakan suatu produk untuk memperhatikan menjamin dan mencantumkan label halal. Hal ini dijelaskan sesuai syari’ah, dimana umat muslim dilarang untuk mengonsumsi produk-produk yang tidak sesuai dengan syara’ atau produk yang tidak terjamin kehalalannya. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur’an: “*wabai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.*” (QS. Al-Baqarah/2:168).

ANH adalah jenis produk yang dirancang untuk memudahkan parakonsumennya dalam kebutuhan konsumsi dengan praktis. Produk ini menggabungkan bahan-bahan berkualitas tinggi dengan proses produksi yang modern. Produk ANH telah mendapatkan sertifikasi halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) untuk memastikan bahwa produk ini memenuhi standar kehalalan sesuai dengan ketentuan agama Islam. Sertifikasi ini menjamin bahwa semua bahan dan proses produksi telah diperiksa dan disetujui untuk konsumen Muslim. Dalam mengembangkan suatu produk, harus mengetahui definisi manfaat yang diberikan oleh produk tersebut. Oleh karena itu,

**Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah****ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661**

Volume 9, Nomor 2, Oktober (2025), h.300-317.

10.24252/al-mashrafiyah.v9i2.62001

manfaat ini harus dikomunikasikan dan disampaikan melalui atribut produk. Atribut produk menjadi dasar keputusan pembelian konsumen. Melalui atribut konsumen bisa menentukan pilihannya untuk memilih produk yang bisa memiliki kepuasan lahir dan batin, atribut yang dimaksud sebagai media terkait informasi konsumen untuk mendapatkan kepercayaan terhadap produk secara lahir dan batin adalah label halal (Utami, 2013). Salah satu produk lokal yang telah memiliki sertifikat halal di Kabupaten Wakatobi adalah produk ANH yang dirancang untuk memudahkan para konsumennya dalam kebutuhan konsumsi dengan praktis.

Persaingan ketat yang dimiliki antar pasar industri produk sangat kompetitif dalam mempertahankan konsumen, hal ini dibuktikan dengan banyaknya konsumen saat ini mencari produk yang tidak hanya menjaga kualitas saja melainkan juga aman dikonsumsi, terutama orang-orang muslim mencari produk yang memiliki label halal. Banyaknya produk yang tersedia di Kabupaten Wakatobi belum sejalan dengan usaha pemberian label halal pada setiap produk yang ada di daerah Wakatobi. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Laily Rizki Amalia (2022), yang menjelaskan bahwa masih banyak yang belum memahami pentingnya label halal sebagai bentuk jaminan kehalalan dan peningkatan kepercayaan konsumen terhadap produk.

Pengaruh labelisasi halal terhadap tingkat penjualan produk ANH sangat signifikan, khususnya di Kecamatan Wangi-Wangi, Kabupaten Wakatobi. Dengan adanya labelisasi halal dalam suatu produk, konsumen akan percaya terhadap produk yang memiliki label halal. Dalam masyarakat, produk dengan label halal sering dianggap memiliki kualitas dan kebersihan yang lebih baik. Berdasarkan data penelitian yang telah dilakukan oleh Muhammad Ramadhan (2020) dan Muhammad Mahfuz (2022) menunjukkan bahwa labelisasi halal memiliki peran penting dalam menarik konsumen dan meningkatkan penjualan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul: *"Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Tingkat Penjualan Produk ANH di Kecamatan Wangi-Wangi Kabupaten Wakatobi Menurut Ekonomi Syari'ah"*

TINJAUAN PUSTAKA

Labelisasi Halal Produk ANH di Kabupaten Wakatobi

Labelisasi halal ialah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud bestatus sebagai produk halal (Fawwaz El-Farobie, 2021). Labelisasi memiliki arti dalam kelas nomina atau kata benda sehingga labelisasi dapat menyatakan nama, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau pula etiket (tanda pengenalan) yang dicantumkan pada produk. Menurut Nurpaika (2019) Label dibagi kedalam 3 klasifikasi yaitu: a) Brand label, yaitu merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan; b) Descriptive label, yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi/pembuatan, perhatian/perawatan dan kinerja produk, serta karakteristik-karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk; c) Grade label, yaitu label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk dengan suatu huruf, angka atau kata. Tujuan dicantumkan label halal agar konsumen mendapatkan perlindungan kehalalan dan kenyamanan atas pemakaian produk tersebut. Sertifikat produk halal adalah surat keputusan fatwa halal yang dikeluarkan Dewan



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 2, Oktober (2025), h.300-317.

10.24252/al-mashrafiyah.v9i2.62001

Pimpinan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam bentuk sertifikat, sertifikat produk halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal (Rambe dan Afifuddin, 2012).

Label halal didapat setelah mendapatkan pernyataan halal yang dikeluarkan oleh Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI). Menurut Rahmat, (2022) dengan hadirnya merek halal, pembeli bisa memperoleh data bahwa produk tersebut halal terpercaya oleh penjamin label halal yaitu Majelis Ulama Indonesia (MUI), berikut aspek yang menjadi tinjauan dalam pengambilan labelisasi halal, yaitu:

a. Proses Pembuatan

Proses produksi perusahaan yang sudah menggunakan label halal hendaknya harus tetap menjaga hal-hal seperti, bahan campuran yang akan digunakan dalam proses produksi tidak terbuat dari barang atau bahan yang haram beserta turunannya, binatang yang hendak dibersihkan merupakan binatang yang sudah mati setelah disembelih, dalam proses produksi tidak tercampur dengan barang atau bahan yang mengandung unsur najis dan haram, air yang digunakan untuk membersihkan barang atau bahan hendaklah air bersih dan mengalir.

b. Bahan Baku Utama

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

c. Bahan Pembantu

Bahan pembantu atau penolong merupakan bahan yang tidak termasuk dalam kategori bahan baku ataupun bahan tambahan yang berfungsi untuk membantu percepatan atau perlambatan proses produksi termasuk proses rekayasa.

Pasal 18 ayat (1) Undang-Undnag Nomor 33 Tahun 2014 menjelaskan tentang Penyelenggara Produk Halal diatur bahwa bahan yang berasal dari hewan yang diharamkan, sebagai berikut: darah, bangkai, babi dan hewan yang disembelih tidak sesuai dengan syariat. Setiap orang yang akan memproduksi atau memasukkan makanan kemasan yang dikemas dalam wilayah Negara Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label atau tanda pada, di dalam, atau diluar kemasan produk. label atau tanda yang dimaksud disini tidak mudah luntur ataupun rusak, juga harus terletak pada bagian kemasan yang bisa dibaca dan dilihat oleh konsumen.

Menurut Warto dan Samsuri (2020), Indikator labelisasi halal yang dapat digunakan untuk memastikan bahwa produk memenuhi standar halal yaitu sebagai berikut:

- a. Sertifikasi dari lembaga resmi, pastikan produk memiliki sertifikat halal yang diterbitkan oleh lembaga sertifikasi halal yang diakui secara resmi oleh pemerintah atau organisasi halal internasional.
- b. Logo halal yang valid, logo harus jelas dan sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh lembaga sertifikasi.
- c. Bahan dan komposisi, verifikasi bahwa semua bahan dan komponen yang digunakan dalam produk adalah halal dan tidak mengandung bahan yang dilarang seperti alkohol atau babi.



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 2, Oktober (2025), h.300-317.

10.24252/al-mashrafiyah.v9i2.62001

- d. Proses produksi, proses produksi harus mematuhi aturan halal, termasuk pembersihan peralatan dari kontaminasi yang tidak halal.
- e. Penyimpanan dan penanganan, produk disimpan dan ditangani dengan cara yang tidak menyebabkan kontaminasi silang dengan bahan non-halal.

Penjualan Produk ANH di Kecamatan Wangi-Wangi Kabupaten Wakatobi

Penjualan dapat didefinisikan sebagai program yang terdiri atas berbagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang atau produksi dari perusahaan kepada konsumen. Sehingga penggunaannya sesuai yang diperlukan (Tjipton dan Chandra, 2008). Penjualan merupakan salah satu kegiatan pemasaran. karena dengan adanya penjualan dapat menciptakan suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli (Sunnyoto, 2014). Menurut Suryana (2006), penjualan berarti menyajikan barang agar konsumen menjadi tertarik dan melakukan pembelian. Penjualan dapat dilakukan dengan cara: langsung dan mendatangi konsumen, menunggu kedatangan konsumen, melayani pesanan dan kontrak produksi agar pembeli tertarik untuk membeli.

Penjualan dapat disimpulkan sebagai suatu kegiatan untuk menyalurkan barang kepada konsumen atau pembeli yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dengan cara promosi yang bersifat mempengaruhi konsumen tersebut hingga barang tersebut sampai terjual kepada konsumen. Sedangkan konsep penjualan menurut Kotler (2007) yaitu keyakinan bahwa para konsumen dan perusahaan bisnis jikadibiarkan tidak akan secara teratur membeli cukup banyak produk-produk yang ditawarkan oleh organisasi tertentu. Oleh karena itu, organisasi tersebut harus melakukan usaha penjualan.

Indikator penjualan menurut Gusrizaldi dan Komalasari (2016):

a. Kondisi dan kemampuan menjual

Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa, pada prinsipnya melibatkan dua pihak yaitu pembeli dan penjual. Disini penjual harus meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjual yang diharapkan.

b. Kondisi pasar

Pasar sebagai tempat kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat juga mempengaruhi kegiatan penjualan.

c. Modal

penjual harus memperkenalkan dulu atau membawa barangnya ke tempat pembeli apabila barang yang dijual belum diketahui oleh pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transport, tempat peragaan baik di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal untuk itu.

d. Kondisi organisasi perusahaan

Penjualan pada perusahaan besar ditangani oleh orang yang telah ahli dibidang penjualan.



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

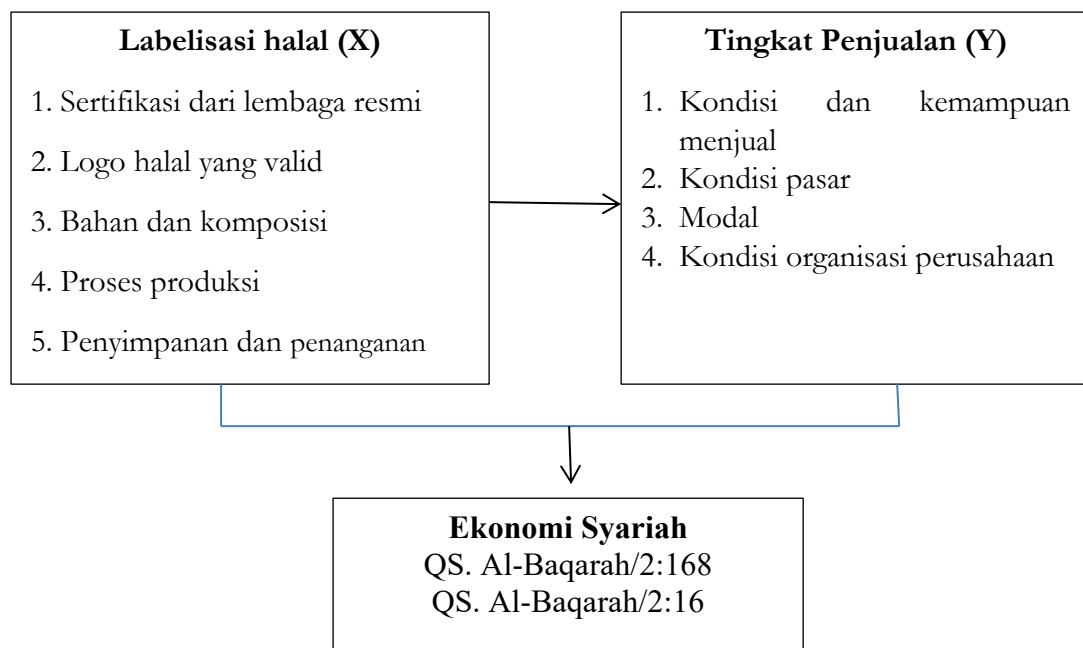
Volume 9, Nomor 2, Oktober (2025), h.300-317.

10.24252/al-mashrafiyah.v9i2.62001

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual yang paling utama adalah untuk mempermudah perumusan hipotesis. Selain itu kerangka konseptual juga berguna untuk mempertegas jenis hubungan yang terjadi antar-variabel serta untuk menggambarkan bagaimana proses pengorganisasian data dan analisis data yang dilakukan. Kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana hubungan teori dengan berbagai faktor telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting kerangka konseptual yang baik akan menjelaskan secara teoritis antara variabel yang teliti.

Gambar 1. Kerangka Konseptual



Kerangka konseptual diatas menunjukkan bahwa variabel Label Halal (X) berpengaruh terhadap variabel tingkat penjualan (Y).

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Secara harfiah, jenis deskriptif adalah jenis penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga berkehendak mengadakan akumulasi dasar. Alasan dipilihnya jenis penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh Labelisasi Halal terhadap Tingkat Penjualan Produk ANH. Tujuan utama menggunakan metode ini untuk menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Penelitian ini terdiri dari dua variabel, variabel bebas (X) yaitu Labelisasi Halal dan variabel terikat (Y) yaitu Tingkat Penjualan pada Produk ANH di Kabupaten Wakatobi.



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 2, Oktober (2025), h.300-317.

10.24252/al-mashrafiyah.v9i2.62001

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di rumah produksi ANH yang berlokasi di Lingkungan Enunu, Kecamatan Wangi-Wangi, Kabupaten Wakatobi. Penelitian ini dimulai sejak tanggal 10 Februari sampai tanggal 16 April 2025

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Populasi yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah pemilik, pegawai dan keseluruhan konsumen produk ANH, Kabupaten Wakatobi, yang jumlah rata-rata konsumen yang datang langsung ke outlet produk ANH mencapai 150-100 konsumen perbulannya.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menemukan ukuran sampel, digunakan metode teknik *Simple Random Sampling* atau sampel acak sederhana yaitu sampel diambil secara acak dari semua populasi, dimana semua anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2010). Pemilihan sampel penelitian menggunakan rumus slovin seperti dikutip dalam buku Sujarweni (2015) adalah dsebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Persentase tingkat kesalahan (catatan: umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,1)

Berdasarkan rumus di atas, sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{150}{1 + (150 \times 0,1^2)} \\ &= \frac{150}{1 + (150 \times 0,01)} \\ &= 60 \text{ responden} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus di atas, didapatkan 60 Responden sebagai sampel dalam penelitian ini.

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atau dengan sementara terhadap masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dalam penelitian ilmiah hipotesis bagian daripada kerangka penelitian yang dibutuhkan untuk mengemukakan pendapat terhadap rumusan masalah. Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat.

Ha1 =Labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan

Ha2 =Labelisasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan.



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 2, Oktober (2025), h.300-317.

10.24252/al-mashrafiyah.v9i2.62001

Teknik Analisis Data

Analisis data ialah menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting, dan yang akan di pelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah di pahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2017).

1. Analisis deskriptif statistik

Deskriptif statistik adalah statistik yang menggambarkan kegiatan berupa pengumpulan data, penyusunan data, pengolahan data, penyajian data dalam bentuk tabel, grafik ataupun diagram, agar memberikan gambaran yang teratur, ringkas dan jelas mengenai suatu keadaan atau peristiwa (Astuti, 2014).

2. Analisis uji hipotesis statistik

a. Uji validasi

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung dengan nilai rtabel. Pengambilan keputusannya bahwa setiap indikator valid. Apabila nilai rhitung > atau dengan rtabel atau rhitung berada di bawah 0,05 dikatakan valid. Apabila nilai rhitung < atau dengan rtabel atau rhitung berada di bawah 0,05 dikatakan tidak valid.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas ini hanya dilakukan untuk data yang telah dinyatakan reliabel. Rumus Kroeonbach alpha (α) digunakan untuk memverifikasi keandalan data. Jika nilai alpha Kroeonbach pada variabel > 0,60 maka indikator yang digunakan variabel tersebut reliabel, sedangkan jika nilai alpha croanbach pada variabel < 0,60 maka variabel tersebut tidak reliabel

c. Uji homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk memastikan bahwa kelompok data yang dibandingkan memiliki sifat yang seragam, sehingga hasil analisis bisa dianggap valid dan dapat dipercaya. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka data homogen. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka data tidak homogen.

d. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah kedua model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Jika signifikan > 0,05 maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan < 0,05 maka variabel tidak berdistribusi normal.

e. Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Linier sederhana

Regresi linier sederhana

$$Y = a + bx$$

Keterangan :

Y = Tingkat penjualan

a = Konstanta

b = konstanta regresi

x = variabel bebas



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 2, Oktober (2025), h.300-317.

10.24252/al-mashrafiyah.v9i2.62001

2) Uji Simultan F

Uji f adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Alfira mulya astut, 2014). Kriteria: Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terbukti keempat variabel secara simultan mempengaruhi tingkat penjualan. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka terbukti variabel secara simultan tidak mempengaruhi tingkat penjualan.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Adapun dalam penelitian ini menggunakan statistik SPSS 16.0.

4) Uji t (Uji Parsial)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen. Kriteria pengujian tingkat signifikansi (α) = 0,05. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan uji t dapat dijelaskan sebagai berikut : Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

HASIL PENELITIAN

Sejarah Singkat berdirinya Produk ANH di Kecamatan Wangi-Wangi

Produk ANH adalah jenis produk yang dirancang untuk memudahkan para konsumennya dalam kebutuhan konsumsi dengan sangat praktis. Produk ANH mengolah aneka olahan yang berbahan dasar hasil perikanan, rumput laut, dan pangan lokal. Perikanan menjadi salah satu sumber pendapatan masyarakat di Kecamatan Wangi-Wangi. Kecamatan Wangi-Wangi memiliki laju pertumbuhan penduduk tertinggi di Wakatobi. Wakatobi memiliki 118.434 jiwa pada pertengahan 2024. Kecamatan wangi-wangi selatan memiliki 23,37% dari total populasi wakatobi, dengan demikian populasi di kecamatan wangi-wangi sekitar 27.617 jiwa.

ANH merupakan kepanjangan dari nama owner, suami dan anak. Setelah resign dari salah satu bank daerah ditahun 2018 kami mulai merintis usaha dengan melihat peluang yang ada. September 2018 merupakan awal mula kami mengolah abon tuna no MSG, dengan beberapa alasan kami memilih usaha ini yaitu: a. karena kami hobi traveling dan ikan merupakan menu wajib yang harus ada disaat makan, maka kami membuat abon ikan tuna bebas santan yang diproses dengan disangrai sehingga bisa awet berbulan-bulan tanpa bahan pengawet. b. Menjawab kekhawatiran orang tua untuk anak-anak mereka yang alergi terhadap MSG. c. Banyaknya ikan tuna di Wakatobi yang belum maksimal pengolahannya, dan solusi praktis untuk mengonsumsi ikan. Pada tahun 2022 produk ANH mendapatkan sertifikasi halal, pendaftaran di bantu oleh petugas halal.

Lokasi produksi produk ANH berada di Jalan Laode Lalangi, Lingkungan Enunu, Kelurahan Pongo, Kecamatan Wangi-Wangi Kabupaten Wakatobi, Kode Pos : 93791. ANH memiliki beberapa produk seperti ANH Abon Tuna, ANH Bakso Ikan Tuna, ANH Nugget Ikan Tuna, dan ANH Stik Rumput Laut. Produk ANH dapat dijumpai pada toko oleh-oleh, toko



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 2, Oktober (2025), h.300-317.

10.24252/al-mashrafiyah.v9i2.62001

kelontong dan cafe, selain itu produk ANH juga mempromosikan produknya pada sosial media seperti facebook, instagram, whatsapp dan sering mengikuti pameran dan event.

Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik Responden dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, status perkawinan, tingkat pendidikan, dan masa kerja. Responden pada penelitian ini adalah konsumen produk ANH yang ada di Kecamatan WangiWangi Kabupaten Wakatobi. Hasil penelitian dari 60 responden, diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	16	27%
Perempuan	44	73%
Jumlah	60	100%

Sumber: Data Primer diolah 2025

Data pada tabel 1 terlihat bahwa 60 responden dalam penelitian ini mayoritas adalah perempuan sebanyak 44 orang atau 73%, sedangkan laki-laki hanya berjumlah 16 orang atau 27% yang berarti konsumen yang ada di Kecamatan Wangi-Wangi Kabupaten Wakatobi mayoritas perempuan.

Uji Validitas dan Uji Realibilitas

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala yang ingin diukur. Validitas item ditunjukkan dengan adanya dukungan terhadap skor total. Dalam penentuan valid atau tidaknya item yang digunakan, kegiatan yang harus dilakukan adalah membandingkan rhitung dengan rtabel ($r_{hitung} > r_{tabel} (n-2)$), dimana taraf signifikan yang digunakan adalah 0.05 dengan $n = 60$. rtabel pada statistic pada $\alpha=5\%$ atau 0,05 dan df $(n-2) = (60-2) = 58$. Nilai r_{tabel} yang berada pada kolom ke 58 pada lampiran r_{tabel} statistik product moment adalah 0,2542. Adapun hasil output perhitungan uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Labelisasi Halal

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,8844	0,2542	Valid
X1.2	0,8151	0,2542	Valid
X2.1	0,7731	0,2542	Valid
X2.2	0,9095	0,2542	Valid
X3.1	0,8553	0,2542	Valid
X3.2	0,8295	0,2542	Valid
X4.1	0,8197	0,2542	Valid
X4.2	0,8162	0,2542	Valid



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 2, Oktober (2025), h.300-317.

10.24252/al-mashrafiyah.v9i2.62001

X4.3	0,8905	0,2542	Valid
X4.4	0,6160	0,2542	Valid

Sumber: data primer, diolah 2025

Berdasarkan hasil uji validitas diatas dapat diketahui bahwa semua nilai r hitung lebih besar dari r_{tabel} (0,2542) pada taraf signifikansi 5% atau 0,05. Artinya tiap item pernyataan dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reabilitas Data

Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana keandalan suatu alat ukur untuk dapat digunakan lagi dalam penelitian yang sama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah menggunakan metode Kroeber Alpha. Hasil pengujian untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Labelisasi Halal

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.944	10

Sumber: Hasil olahan data primer 2025 dengan menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan Tabel 4.3 hasil uji reliabilitas diatas, dapat disimpulkan bahwa uji reliabilitas data terhadap keseluruhan item menghasilkan nilai cronbach's alpha = 0,944. Dengan menurut pada rumus Cronbach's Alpha, jika nilai cronbach's alpha pada variabel $> 0,60$ maka indikator yang digunakan dikatakan reliabel, sedangkan jika nilai Cronbach's Alpha pada variabel $< 0,60$ maka dikatakan tidak reliabel. Sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian yang telah diuji-cobakan ini dikategorikan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha 0,944 lebih besar dari 0,6

Uji Deskripsi Statistik

Hasil uji deskripsi statistik variabel X dalam indikator labelisasi halal dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Labelisasi Halal

Descriptive Statistics							
Indikator	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
X1.1	60	1	5	4.47	.108	.833	.694
X1.2	60	3	5	4.57	.077	.593	.351
X2.1	60	3	5	4.63	.067	.520	.270
X2.2	60	1	5	4.43	.102	.789	.623
X3.1	60	3	5	4.58	.068	.530	.281
X3.2	60	3	5	4.58	.068	.530	.281



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 2, Oktober (2025), h.300-317.

10.24252/al-mashrafiyah.v9i2.62001

X4.1	60	4	5	4.63	.063	.486	.236
X4.2	60	3	5	4.70	.068	.530	.281
X4.3	60	2	5	4.52	.084	.651	.423
X4.4	60	3	5	4.60	.068	.527	.278
Valid N (listwise)	60						

Sumber: hasil olahan data primer 2025 dengan menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil uji deskriptif statistik pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata (mean) dari setiap indikator berada pada kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan penilaian positif terhadap item pernyataan yang diajukan. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator yang diteliti, seperti labelisasi halal dan tingkat penjualan, memiliki persepsi yang baik di kalangan konsumen. Dengan demikian, secara umum dapat disimpulkan bahwa responden memiliki tingkat pemahaman dan kesadaran yang cukup baik terhadap pentingnya labelisasi halal dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk ANH di Kecamatan Wangi-Wangi.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas bertujuan untuk menguji dalam mode regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data residual normal atau mendekati normal. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Kolmogorov Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.60492392
Most Extreme Differences	Absolute	.161
	Positive	.151
	Negative	-.161
Kolmogorov-Smirnov Z		1.251
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088
Test distribution is Normal.		

Sumber: hasil olahan data primer menggunakan SPSS 16.0



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 2, Oktober (2025), h.300-317.

10.24252/al-mashrafiyah.v9i2.62001

Hasil uji normatif diketahui nilai signifikansi $0,088 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji homogenitas dilakukan dengan tujuan untuk memperlihatkan dua atau lebih kelompok data sampel yang telah diambil berasal dari populasi yang memiliki variansi yang sama. Dengan kata lain, uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui bahwa himpunan data yang diteliti memiliki karakteristik yang sama atau tidak. Data yang dilakukan pengujian dikatakan homogen berdasarkan nilai signifikannya. Nilai signifikansi $(p) > 0,05$ menunjukkan kelompok data berasal dari populasi yang memiliki variansi yang sama (homogen), sedangkan nilai signifikansi $(p) < 0,05$ menunjukkan masing-masing kelompok data berasal dari populasi dengan variansi yang berbeda (tidak homogen).

Tabel 9. Hasil Uji Homogenitas
Test of Homogeneity of Variances

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.431	6	52	.038

Sumber: hasil olahan data primer dengan menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil uji levene diperoleh nilai signifikansinya sebesar $0,038 (p < 0,05)$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak memiliki varians yang homogen antar kelompok.

1) Regresi Linear sederhana

Model persamaan regresi yang baik adalah memenuhi persyaratan klasik, antara lain semua data berdistribusi normal. Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan estimasi regresi sederhana dengan program SPSS 16.0 diperoleh hasil berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.809	1.950		4.516	.000
labelisasi halal	.313	.042	.696	7.387	.000

Sumber: hasil olahan data primer dengan menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan output di SPSS di atas, maka, maka rumusan persamaan regresinya sebagai berikut: $Y = 8,809 (\alpha) + 0,313 (X) + e$

Koefisien regresi X (labelisasi halal) dari perhitungan linear sederhana didapat nilai koefisien $b = 0,313$ hal ini berarti setiap ada peningkatan pada labelisasi halal (X) sebesar 1% maka tingkat penjualan (Y) juga akan meningkat sebesar 0,313 sesuai dengan nilai X, ini berarti ada pengaruh variabel labelisasi halal terhadap variabel tingkat penjualan di kecamatan wangi-wangi kabupaten wakatobi.



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 2, Oktober (2025), h.300-317.

10.24252/al-mashrafiyah.v9i2.62001

2) Uji Simultan F

Uji F (simultan) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen(Y). Hasil uji F dapat dilihat pada output ANOVA berikut ini:

Tabel 11. Uji Simultan F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	142.962	1	142.962	54.562	.000 ^a
	Residual	151.971	58	2.620		
	Total	294.933	59			

Sumber: hasil olahan data primer dengan menggunakan SPSS 16.0

Tabel 11 data pada kolom F diatas, nilai Fhitung diperoleh sebesar 54, 562 dan bernilai positif. Sedangkan pada Ftabel di peroleh nilai dari $df_1 = k$ (jumlah semua variabel) atau $df_1 = 1$ dan $df_2 = n-k-1$ atau $df_2 = 60-1-1 = 58$. Pada tabel F yang menghasilkan Ftabel sebesar 4,007. Nilai tersebut menjelaskan bahwa Fhitung $> 4,007$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 dan H_a diterima yang berarti labelisasi halal secara simultan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap tingkat penjualan di kecamatan wangi-wangi kabupaten wakatobi.

3) Koefisien Determans (R²)

Uji Koefisien Determinasi (R²) merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi (R²) ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya.

Tabel 12. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.696a	.485	.476	1.619

Sumber: hasil olahan data primer dengan menggunakan SPSS 16.0

Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada output model summary dari hasil analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil tersebut diperoleh nilai R² (R square) sebesar 0,485 atau 48,5%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh labelisasi halal (variabel independen) terhadap tingkat penjualan (variabel dependen) sebesar 48,5% atau variabel independen yang digunakan mampu menjelaskan sebesar 48,5% terhadap variabel dependennya.



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 2, Oktober (2025), h.300-317.

10.24252/al-mashrafiyah.v9i2.62001

4) Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi pada bauran labelisasi halal secara parsial atau secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan. Hasil ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13. Hasil uji parsial (uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.809	1.950	.696	4.516	.000
	labelisasi halal	.313	.042		7.387	.000

Sumber: hasil olahan data primer dengan menggunakan SPSS 16.0

Sebelum menyimpulkan hipotesis yang diterima, terlebih dahulu menentukan ttabel dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05 dan derajat kebebasan ($df = n - k - 1$ atau $60 - 1 - 1 = 58$). Dengan pengujian tersebut hasil yang diperoleh untuk ttabel sebesar 1,672. Maka dapat disimpulkan hipotesisnya, berdasarkan tabel 4.13 terlihat bahwa hasil pengujian hipotesis produk menunjukkan thitung sebesar 7,387 atau positif dengan taraf signifikan 0,000. Maka thitung > ttabel ($7,387 > 1,672$) dan taraf signifikan kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa labelisasi halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan di kecamatan wangi-wangi kabupaten wakatobi.

Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Tingkat Penjualan Produk ANH Di Kecamatan Wangi-Wangi Kabupaten Wakatobi Menurut Ekonomi Syariah

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, diperoleh bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan produk ANH di Kecamatan Wangi-Wangi, Kabupaten Wakatobi. Labelisasi halal berpengaruh nyata terhadap peningkatan penjualan produk. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa labelisasi berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan produk ANH diterima.

Secara empiris, hasil penelitian ini menggambarkan bahwa adanya labelisasi halal pada produk mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap keamanan, kebersihan, serta kehalalan produk yang dikonsumsi. Kepercayaan ini berdampak pada peningkatan volume penjualan. Dalam konteks masyarakat Wakatobi yang mayoritas beragama Islam, label halal menjadi jaminan moral dan spiritual yang memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan.

Hasil uji koefisien determinasi (R square) menunjukkan nilai sebesar 0,485 atau 48,5%. Hal ini berarti bahwa labelisasi halal memiliki pengaruh sebesar 48,5% terhadap variabel tingkat penjualan, sedangkan sisanya 51,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti strategi pemasaran, kualitas produk, harga, dan promosi. Temuan ini sejalan dengan penelitian



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 2, Oktober (2025), h.300-317.

10.24252/al-mashrafiyah.v9i2.62001

Layla Riski Amalia (2022) dan Muhammad Ramadhan (2020) yang menyatakan bahwa label halal menjadi salah satu faktor utama dalam peningkatan minat dan keputusan pembelian konsumen.

Dalam perspektif ekonomi Islam, hasil penelitian ini memperkuat pentingnya penerapan label halal pada setiap produk yang beredar di pasaran. Islam mengajarkan bahwa kegiatan ekonomi tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga harus sesuai dengan prinsip syariah, termasuk kehalalan produk yang diperjual-belikan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah ayat 168 yang artinya: *"wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu"*. Ayat ini menegaskan bahwa setiap aktivitas ekonomi, termasuk jual beli, harus dilandasi dengan prinsip kehalalan agar membawa keberkahan.

Dengan demikian, labelisasi halal tidak hanya berfungsi sebagai alat identifikasi produk sesuai syariat Islam, tetapi juga menjadi strategi pemasaran yang efektif dalam menarik minat beli masyarakat. Konsumen muslim merasa lebih aman, tenang, dan yakin terhadap produk yang dimiliki label halal resmi, sehingga berdampak langsung pada peningkatan penjualan produk ANH di Kecamatan Wangi-Wangi Kabupaten Wakatobi.

KESIMPULAN

Labelisasi halal pada produk ANH di Kecamatan Wangi-Wangi Kabupaten Wakatobi menunjukkan upaya yang positif dalam meningkatkan kualitas dan kepercayaan terhadap produk lokal. Berdasarkan hasil penelitian, labelisasi halal berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan produk ANH di Kecamatan Wangi-Wangi. Hal ini menunjukkan bahwa kejelasan status halal pada suatu produk dapat meningkatkan minat beli konsumen karena memberikan rasa aman, kepercayaan, dan keyakinan bahwa produk tersebut sesuai dengan prinsip syariah.

Penjualan produk ANH di Kecamatan Wangi-Wangi Kabupaten Wakatobi cukup positif, dengan minat konsumen yang stabil terutama pada produk makanan lokal yang berbasis bahan perikanan, rumput laut, dan pangan lokal. Saluran distribusi produk ANH masih didominasi oleh sistem penjualan langsung seperti di toko oleh-oleh, toko kelontong, cafe-cafe, melalui media online seperti facebook, instagram, whatsapp dan sering mengikuti pameran dan event.

Pengaruh labelisasi halal terhadap tingkat penjualan produk ANH di Kecamatan Wangi-Wangi Kabupaten Wakatobi menurut ekonomi syariah, dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penjualan produk tersebut. Label halal memberikan jaminan kepada konsumen Muslim bahwa produk ANH telah memenuhi standar kehalalan sesuai syariat Islam, mulai dari bahan baku, proses produksi, hingga distribusi. Dalam perspektif ekonomi syariah, keberadaan label halal bukan hanya sebagai strategi pemasaran, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab moral produsen kepada konsumen untuk menyediakan produk yang thayyib (baik) dan halal. Hal ini diperkuat dengan data-data yang diperoleh dan telah sesuai dengan QS. Al-Baqarah/2:168.



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 2, Oktober (2025), h.300-317.

10.24252/al-mashrafiyah.v9i2.62001

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran yang dapat diberikan sesuai dengan manfaat yang diharapkan, baik dalam bidang akademis, praktis, sosial ekonomi, maupun lingkungan sebagai berikut:

1. Manfaat akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi tambahan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ekonomi syariah dan manajemen pemasaran produk halal. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan landasan bagi penelitian selanjutnya yang membahas pengaruh labelisasi halal terhadap perilaku konsumen, penjualan produk, dan perkembangan ekonomi berbasis syariah, khususnya di daerah-daerah pariwisata seperti wakatobi.
2. Manfaat praktis, bagi pelaku usaha, khususnya produsen produk ANH di Kecamatan Wangi-Wangi, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam strategi pemasaran produk. Penerapan labelisasi halal secara resmi dan jelas pada kemasan produk dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong penjualan. Selain itu, produsen juga diharapkan aktif mengikuti sosialisasi terkait pentingnya sertifikasi halal agar dapat bersaing dipasar lokal maupun nasional.
3. Manfaat sosial dan ekonomi, secara sosial labelisasi halal akan memberikan rasa aman dan tenang bagi masyarakat muslim dalam mengonsumsi produk sesuai syariat. Secara ekonomi, meningkatnya penjualan produk berlabel halal akan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah, khususnya sektor UMKM, dan membuka peluang usaha baru. Hal ini dapat mendukung kesejahteraan masyarakat setempat dan memperluas lapangan pekerjaan di Kecamatan Wangi-Wangi.
4. Manfaat lingkungan, melalui penerapan labelisasi halal diharapkan produsen tidak hanya memperhatikan aspek kehalalan produk, tetapi juga memperhatikan kebersihan, keamanan, dan kelestarian lingkungan dalam proses produksinya. Dalam ekonomi syariah, konsep *thayyib* mencakup produk yang baik, bersih, dan tidak merugikan lingkungan. Oleh karena itu, produsen diharapkan menerapkan standar keberhasilan dan pengelolaan limbah produksi yang ramah lingkungan agar keberlanjutan usaha dapat terjaga.

REFERENSI

- Al-Qur'an dan Terjemahan. *Bandung: PT. alQosbah Karya Indonesia*
- Astuti Mairinda (2021). Berkenalan Dengan Jaminan Produk Halal di Indonesia. *Penerbit: Guepedia*
- Astuti, Alfira Mulya. (2014). Statiska penelitian. *Beta: jurnal tadriss matematika*
- Danang Sunyoto. (2014). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus. *Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service)*
- Fadhalla Mudhafier (2004). Mengungkap Keharaman Makanan. Jakarta : Zakia Press, 2004
- Fandi Tjipton dan Gregorius Chandra. (2008). Strategi Pemasaran. *Yogyakarta: Penerbit Andi syariah*. Vol. 1, No. 2.
- J Supranto. (2000). Statistik : Teori dan Aplikasi Edisi Keenam. *Jakarta: Penerbit Erlangga*



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 2, Oktober (2025), h.300-317.

10.24252/al-mashrafiyah.v9i2.62001

- Laily Rizki Amalia. (2022). Pengaruh citra merek, promosi dan label halal terhadap keputusan pembelian skin care (studi pada konsumen natasha skin care paragon mall semarang). *Skripsi*
- Muhammad Mahfuz. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Produk Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Kopi di Kabupaten Lombok Utara. *Skripsi*
- Muhammad Ramadhan. (2020). Pengaruh labelisasi halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko cake and bakery di kecamatan dolok sanggul kabupaten humbanghasundutan. *Skripsi*
- Nurpaika. (2019). Labelisasi halal pada makanan dalam kemasan persepsi masyarakat muslim di kec. belopa utara kab. Luwu. *Skripsi*.
- Philip Kotler dan Kevin Lane. (2007). Manajemen Pemasaran. *Penerbit: PT Indeks Edisi 12 jilid pertama*
- Prof. Dr. Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D. *Bandung: Alfabeta*
- Rahmat. Chandra O. dan Vicky F Sanjaya. (2022). Pengaruh Literasi Halal dan Religiusitas Terhadap Minat Pembelian Produk Berlabel Halal Studi Pada Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung. *Jurnal Ekonomi Syari'ah*. Vol. 4 No. 01
- Rambe, Yuli Mutiah dan Syaad Afifuddin. (2012). Pengaruh Pencantuman Label Halal pada Kemasan Mie Instan terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 1. No. 1
- Rogi Gusrizaldi dan eka komalasari. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan di indrako swalayan teluk kuantan. *Jurnal valuta*. Vol. 2. No. 2.
- Suryana. (2006). Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat Dan Proses Menuju Sukses. *Jakarta: Salemba Empat*
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- V. Wiratna Sujarweni. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. *Pustaka Baru Press. Yogyakarta*
- Wahyu Budi Utami. (2013). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli Konsumen (Survei pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An-Nisa Yogyakarta). *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Sunan Kalijaga
- Warto, W. & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*. vol. 2 no. 1