



Prodi Ekonomi  
Syariah

## Ekobis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah

Journal homepage: <http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/ekobis>

Volume 6, No. 2  
Juli-Desember 2022  
Halaman: 30-37

# Pengaruh Penyembelihan Halal Terhadap Perilaku dan Kepuasan Konsumen

<sup>1</sup>Awang Darmawan Putra, <sup>2</sup>Rina Desiana, <sup>3</sup>M. Alhalim

<sup>1</sup>Universitas Ibn Khaldun Bogor, <sup>2,3</sup>Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

### INFO ARTIKEL

#### Riwayat Artikel:

Submit 3 Agustus 2022

Revisi 6 September 2022

Diterima 3 Oktober 2022

#### Kata Kunci:

Perilaku, Kepuasan, Konsumen,  
Penyembelihan Halal, Konsumsi

### ABSTRACT

*Human Resources in everyday life are never separated from the fulfillment of needs or consumption. Aceh is an area that adheres strongly to Islamic law, the majority of Acehnese as Muslims should have full awareness of what halal is consumed. This study aims to analyze the effect of halal slaughter on consumer behavior and satisfaction in one of the markets in Aceh. The research uses a methodology with a quantitative approach. Based on the results of research conducted on 100 respondents, it can be concluded that the halal slaughter variable has a partial effect on consumer behavior and satisfaction.*

### ABSTRAK

*Sumber Daya Manusia dalam kehidupan sehari-hari tidak pernah terlepas dengan pemenuhan kebutuhan atau konsumsi. Aceh merupakan daerah yang sangat berpegang teguh pada syariat Islam, mayoritas masyarakat Aceh sebagai Muslim sudah seharusnya memiliki kesadaran sepenuhnya terkait kehalalan apa yang dikonsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penyembelihan halal terhadap perilaku dan kepuasan konsumen pada salah satu pasar di Provinsi Aceh. Penelitian menggunakan metodologi dengan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 responden maka dapat disimpulkan bahwa variabel penyembelihan halal berpengaruh secara parsial terhadap perilaku dan kepuasan konsumen.*

### Cara Mengutip:

Putra, Awang Darmawan., Desiana, Rina., & Alhalim, M. (2022). Pengaruh Penyembelihan Halal Terhadap Perilaku dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 6(2), 30-37.

## 1. PENDAHULUAN

Sumber Daya Manusia dalam kehidupan sehari-hari tidak pernah terlepas dengan pemenuhan kebutuhan atau konsumsi. Perintah mengonsumsi makanan halal dalam Al-Qur'an menjadi dasar bagi setiap Muslim untuk memperhatikan dan memilih untuk mengonsumsi makanan halal. Kehalalan makanan dapat dilihat dari dua aspek, yaitu: pertama, halal dalam memperolehnya, yaitu diperoleh dari rejeki yang halal dan dibenarkan dalam Islam. Kedua, halal zat/bahan dasarnya. Seluruh yang ada di alam ini halal untuk dikonsumsi kecuali beberapa jenis hewan dan tumbuhan yang diharamkan dalam Al-Qur'an, yaitu: bangkai, darah, daging babi, sembelihan atas Allah, dan hewan yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, yang diterkam binatang buas kecuali yang sempat disembelih. Sembelihan adalah semua binatang yang halal untuk dimakan yang disembelih dengan baik dalam keadaan berbaring (*dzabih*) maupun berdiri (*nahr*) pada saat menyembeluhnya. Demikian kambing dari jenis domba maupu kambing biasa, demikian pula seluruh jenis unggas seperti ayam dan lain-lainnya, semuanya disembelih dalam keadaan berbaring. Untuk memastikan kehalalan sembelihan, harus diperhatikan hewan yang hendak disembelih. Standar hewan yang boleh disembelih adalah hewan yang halal dimakan, hewan harus dalam keadaan hidup ketika disembelih kondisi hewan harus memenuhi standar kesehatan hewan yang ditetapkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan.

Penyembelihan dapat dianggap sah dan daging sembelihan menjadi halal dikonsumsi menurut ketentuan syar'i, jika memenuhi beberapa persyaratan bagi penyembelih, hewan yang disembelih, alat penyembelihan, atau bagian tubuh yang disembelih (Abidin, 2020). Dalam Islam seorang penyembelih harus memenuhi syarat yang telah ditetapkan. Penyembelih disyaratkan beragama Islam dan sudah akil baligh, memahami tata penyembelihan yang syar'i, serta memiliki keahlian dalam penyembelihan. Syarat sahnya suatu penyembelihan adalah dengan mengalirkan darah, memutuskan urat leher, dan memutuskan tempat penyembelihan (tenggorokan dan kerongkongan) dengan tidak memecahkannya. Penyembelihan ini tidak boleh dilakukan

\* Corresponding author: Rina Desiana  
E-mail address: rina.desiana19@gmail.com

dengan kuku dan gigi. Penyembelihan dilakukan dengan mengalirkan darah melalui pemotongan saluran makanan, saluran pernafasan/tenggorokan, dan dua pembuluh darah. Proses penyembelihan dilakukan satu kali dan secara cepat serta memastikan adanya aliran darah dan/gerakan hewan sebagai tanda hidupnya hewan dan memastikan matinya hewan disebabkan oleh penyembelihan tersebut.

Penyembelihan halal sangat penting karena dengan penyembelihan yang halal dan sesuai syariat, konsumen dapat percaya sepenuhnya bahwa hasil pemotongan tersebut halal karena penyembelihan dan pengolahannya sesuai dengan syariat Islam, dengan konsumen percaya bahwa pemotongan tersebut halal maka pendapatan pedagang dapat meningkat. Karena Islam sangat menekankan tentang kehalalan makanan, terutama kehalalan hewan yang dipotong. Hal ini dapat mempengaruhi perilaku dan kepuasan pembeli atau konsumen. Karena perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Ketika memutuskan untuk membeli suatu barang atau produk, tentu sebagai konsumen memikirkan terlebih dahulu barang yang dibeli, mulai dari harga, kualitas, fungsi atau kegunaan barang maupun kehalalan dari barang yang dikonsumsi tersebut. Kegiatan memikirkan, mempertimbangkan, dan mempertanyakan barang sebelum membeli termasuk dalam perilaku konsumen.

Sebagaimana dalam penelitian Al-Ansia, Olyab, dan Han (2018) menyatakan bahwa risiko umum memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepercayaan, kepuasan, dan niat untuk merekomendasikan makanan halal. Artinya makanan halal yang dapat dilihat juga dari pengolahannya juga dapat mempengaruhi kepercayaan, kepuasan, dan niat seseorang dalam mengkonsumsi makanan tersebut. Maka dalam hal ini juga dapat dilihat dari segi penyembelihan halal yang mana juga dapat mempengaruhi perilaku dan kepercayaan konsumen terhadap makanan yang dikonsumsi. Pembahasan konsep penyembelihan halal untuk perilaku dan kepuasan konsumen tidak luput dari pembahasan konsep halal dengan pemasaran, karena adanya dampak kualitas yang dirasakan para konsumen yang sadar akan kehalalan suatu produk, yang pastinya akan memberi dampak pada pemasaran produk tersebut (Shakil & Majeed, 2018).

Penelitian ini mencoba menganalisis kembali pengaruh penyembelihan halal terhadap perilaku dan kepuasan konsumen pada salah satu pasar yang ada di Provinsi Aceh, yaitu Pasar Caleue. Aceh merupakan daerah yang sangat berpegang teguh pada syariat Islam, mayoritas masyarakat Aceh sebagai Muslim sudah seharusnya memiliki kesadaran sepenuhnya terkait kehalalan apa yang dikonsumsi, dengan demikian sudah seharusnya penyembelihan halal dapat berpengaruh terhadap perilaku dan kepuasan masyarakat Aceh sebagai konsumen Muslim.

---

## 2. TINJAUAN TEORITIS

### Penyembelihan dalam Islam

Menyembelih dalam syariat Islam adalah langkah melenyapkan ruh binatang dengan memotong leher kerongkongan dan tenggorokan serta dua urat nadi dengan alat yang tajam, kecuali gigi dan tulang atau cara lain yang dibenarkan oleh syariat Islam. Dalam Islam, proses pemotongan hewan harus mendapat perhatian yang khusus sehingga pemotongannya benar-benar sesuai dengan syariat yang sah. Untuk itu harus mengetahui dan menentukan dengan jelas bagaimana pemotongannya, profesi penyembelih, proses pemotongan pada hewan, alat pemotongan, tata caranya, penyebutan Nama Allah SWT, niat serta hal-hal yang berhubungan dengan pemotongan termasuk syarat-syarat sah dan syarat-syarat yang bersifat etis. Menurut az-Zuhaili (2011) ada beberapa indikator penyembelihan halal yaitu:

1. Niat untuk menyembelih seekor hewan yang tertentu atau jenis tertentu. Apabila tidak ditunjukkan niat itu pada diri hewan atau jenisnya tidak halal hasil penyembelihan itu. Sebagai contoh, apabila jatuh pisau dari tangan seseorang dan tiba-tiba terkena leher seekor binatang, lalu mati, tidak lah halal binatang itu, karena tidak ada niat atau tujuan untuk menyembelih.
2. Menyegerakan keluar roh hewan dengan memutuskan halqum dan mari'.
3. Masih adanya hayat Mustaqirrah (hidup yang sempurna) sebelum disembelih.
4. Menyembelih dengan alat yang tajam, kecuali gigi, kuku dan tulang.
5. Dilakukan sembelihan dengan sekali potong dan menghadap ke kiblat.
6. Penyembelihan tidak berada dalam ihram.
7. Penyembelihan harus dilakukan oleh orang Islam atau ahli kitab. Tidak sah sembelihan orang majusi, penyembah dan orang murtad. Islam meletakkan garis panduan dalam penyembelihan binatang

### Perilaku Konsumen Dalam Islam

Perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam bertujuan untuk tercapainya aspek materi dan aspek spiritual dalam konsumsi, kedua aspek tersebut akan tercapai dengan menyeimbangkan antara nilai guna total dan guna marginal dalam konsumsi. Sehingga setiap Muslim berusaha memaksimalkan nilai guna dari tiap barang yang dikonsumsi, yang akan menjadikan dirinya semakin optimis dalam menjalani kehidupan. Islam mengajarkan untuk hidup sederhana tidak bersifat royal dan sia-sia. Sehingga konsumsi yang dikeluarkan umat Islam haruslah sesuai dengan kebutuhan bukan karena memperturutkan hawa nafsu (Sitepu, 2016). Berdasarkan penelitian sebelumnya, penelitian Toyo (2019) indikator perilaku konsumen yaitu kepuasan dan kemaslahatan. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti memilih indikator perilaku konsumen yaitu:

1. Kepuasan, yaitu respon terpenuhinya ekspektasi konsumen. Sebuah pertimbangan bahwa fitur dari sebuah produk atau jasa memberikan sebuah tingkat kenikmatan terpenuhinya ekspektasi konsumen.
2. Tabzir, yaitu segala sesuatu pembelanjaan yang tidak memperhitungkan tujuan dan kemanfaatan dan hanya menuruti kesenangan.
3. Kemaslahatan, yaitu untuk memelihara agama, akal, harta, jiwa dan keturunan/kehormatan. Kelima hal ini merupakan kebutuhan pokok/primer yang menjadi tegaknya kehidupan manusia.

### Kepuasan Konsumen Dalam Islam

Seorang Muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mementingkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara zatnya maupun cara memperolehnya, tidak bersifat israf (royal) dan tabzir (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang Muslim tidak didasarkan barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi. Dalam Islam, tujuan konsumsi bukanlah konsep utilitas melainkan kemaslahatan. Konsep utilitas sangat subjektif karena bertolak pada pemenuhan kebutuhan atau *needs*. Masalah dipenuhi berdasarkan pertimbangan rasional normatif dan positif, maka ada kriteria yang objektif tentang suatu barang ekonomi yang memiliki masalah ataupun tidak. pengusaha perlu menjaga kualitas produk, kualitas pelayanan dan harganya, karena dengan menjaga kualitas produk, kualitas pelayanan dan juga harganya dengan baik, maka hubungan antara pengusaha dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk pembelian kembali, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, maka indikator yang digunakan dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen dalam Islam yaitu:

1. Kualitas Produk  
Pelanggan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan  
Pelanggan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkannya.
3. Harga  
Produk dengan kualitas sama tapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya.

---

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif dalam menggambarkan hasil penelitian yang dilakukan. Secara umum metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Metode ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri keilmuan, yaitu kegiatan penelitian dilakukan dengan yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia, cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia, dan proses dilakukan dengan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis (Sugiyono, 2021). Penelitian ini berhubungan dengan ide, persepsi, pendapatan atau kepercayaan objek penelitian yang terdapat dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran atau penjelasan mengenai pengaruh penyembelihan halal terhadap perilaku konsumen dan pendapatan pedagang ayam di Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie Provinsi Aceh. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan pada lapangan dalam lingkungan kehidupan yang sebenarnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang ada di Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie Provinsi Aceh. Dan sample penelitian ini ditentukan dengan pendapat Roscoe yang memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel (Sugiyono, 2021):

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
2. Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.
3. Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.
4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini disesuaikan dengan teori yang dinyatakan oleh Roscoe pada poin pertama yaitu Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500, maka peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden sebagai sample dalam penelitian ini.

Skala pengukuran yang digunakan penelitian ini menggunakan skala liker. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2021). Dengan menggunakan skala likert maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

**Tabel 1. Skala Likert**

No	Keterangan(Jawaban)	Skor
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	KS = Kurang Setuju	3
4	TS= Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

**Tabel 2. Operasional Variabel**

Jenis Variabel	Indikator	Skala
Penyembelihan halal	a. Niat b. Memutuskan halqum dan mari' c. Hewan sehat d. Alat sembelih yang tajam e. Sekali potong f. Tidak dalam ihram g. Harus orang Islam dan ahli kitab	Skala Likert 1- 5
Perilaku konsumen	a. Kepuasan b. Tabzir c. Kemaslahatan	Skala Likert 1- 5
Kepuasan konsumen	a. Kualitas produk b. Kualitas pelayanan c. Harga	Skala Likert 1- 5

#### 4. TEMUAN DAN PEMBAHASAN

##### Karakteristik Responden

**Tabel 3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-29	25	25	25	27
30-39	48	48	48	73
>40	27	27	27	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah (2022)

**Tabel 4. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI_LAKI	27	27	27	27
	PEREMPUAN	73	73	73	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah (2022)

### Uji Regresi

**Tabel 5. Hasil Uji Regresi Sederhana Antara X Terhadap Y1  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.652	4.760		.319	.000
Total_X1	.647	.118	.537	5.332	.000

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil regresi di atas maka dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan variabel X sebesar satu poin maka terjadi kenaikan sebesar 0.647 terhadap perilaku konsumen (Y1). Atau dapat disimpulkan bahwa apabila terjadi kenaikan penyembelihan halal satu poin maka dapat menaikkan perilaku konsumen sebesar 0.647. Adapun besar nilai standardized Coefficients Beta adalah 0.537 yang bermaksud sebagai tingkat besarnya pengaruh penyembelihan halal terhadap perilaku konsumen.

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Sederhana X Terhadap Y2  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.265	3.770		1.314	.000
Total_X1	.126	.075	.567	1.676	.000

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil regresi di atas maka dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan variabel x sebesar satu point maka terjadi kenaikan sebesar 0.126 terhadap kepuasan konsumen y2. Atau dapat disimpulkan bahwa apabila kenaikan penyembelihan halal satu poin maka menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0.126. Adapun besar nilai standardized Coefficients Beta adalah 0.567 yang bermaksud sebagai tingkat besarnya pengaruh penyembelihan halal terhadap kepuasan konsumen. Untuk melakukan interpretasi kekuatan hubungan antara dua variabel dilakukan dengan melihat angka koefisien korelasi hasil perhitungan dengan menggunakan interpretasi nilai r adalah sebagai berikut:

- 0: tidak ada korelasi antara dua variabel
- >0 - 0,25: korelasi sangat lemah
- >0,25 – 0,5: korelasi cukup
- >0,5 – 0,75: korelasi kuat
- >0,75 – 0,99: korelasi sangat kuat
- 1: korelasi sempurna

Dari data di atas dapat diambil kesimpulan bahwa antara variabel penyembelihan halal(X) dengan variabel perilaku konsumen (Y1), memiliki hubungan yang cukup yaitu sebesar 0.537 dan penyembelihan halal (X) dengan variabel kepuasan konsumen (Y2) juga memiliki hubungan yang cukup yaitu 0.567.

## Uji t (Uji Parsial)

Tabel 7. Hasil Uji t Antara Penyembelihan (X) Terhadap Perilaku Konsumen (Y1)

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.652	4.760		.319	.000
Total_X1	.647	.118	.537	5.332	.000

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil pengujian dapat menyatakan bahwa nilai sig 0,000 < 0.05 hal ini menunjukkan bahwa variabel penyembelihan halal berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat perilaku konsumen.

Tabel 8. Hasil Uji t Antara Penyembelihan (X) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y2)

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.265	3.770		1.314	.000
Total_X1	.126	.075	.567	1.676	.000

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil pengujian di atas maka dapat dilihat bahwa nilai sig 0,000 < 0.05 hal ini menunjukkan bahwa variabel penyembelihan halal berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat kepuasan konsumen.

## Uji f (Uji Simultan)

Tabel 9. Hasil Uji f Antara Penyembelihan (X) Terhadap Perilaku Konsumen (Y1)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi on	2,812	1	1,712	3,215	,000 <sup>b</sup>
	Residual	39,348	98	3,769		
	Total	42,160	99			
a. Dependent Variable: y1						
b. Predictors: (Constant), x						

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai sig 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa x berpengaruh signifikan terhadap y1.

Tabel 10. Hasil Uji f Antara Penyembelihan (X) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y2)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi on	5,954	1	5,044	4,809	,000 <sup>b</sup>
	Residual	60,506	98	7,026		
	Total	66,460	99			
a. Dependent Variable: y2						

b. Predictors: (Constant), x

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil di atas menunjukkan bahwa nilai sig  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa x berpengaruh signifikan terhadap y2.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi Antara penyembelihan halal (X) Terhadap Perilaku konsumen (Y1)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.470 <sup>a</sup>	.219	.209	3.441

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil di atas menunjukkan nilai R-Squared adalah 0.219 atau sebesar 21,9% di mana hal ini menunjukkan bahwa penyembelihan halal hanya mampu menjelaskan variabel terikat perilaku konsumen hanya sebesar 21,9% sedangkan sisanya 78,1% adalah dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

**Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi Antara penyembelihan halal (X) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y2)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 <sup>a</sup>	.519	.511	.985

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil di atas menunjukkan nilai R-Squared adalah 0,519 atau sebesar 51,9% dimana hal ini menunjukkan bahwa penyembelihan halal hanya mampu menjelaskan variabel terikat kepuasan konsumen hanya sebesar 51,9 % sedangkan sisanya 49,1% adalah dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### Pembahasan

Penyembelihan halal merupakan suatu hal yang sangat penting yang perlu diperhatikan khususnya bagi seluruh umat Muslim di dunia. Aceh yang merupakan serambi Makkah dan salah satu daerah yang mayoritas penduduknya beragama Islam, maka tentu sangat memperhatikan terkait dengan penyembelihan halal dalam hal konsumsi. Adapun dalam mempermudah penelitian yang sedang penulis lakukan maka penulis mempersempit lagi titik wilayah yang dijadikan studi kasus penelitian ini. Area yang dijadikan studi kasus adalah Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie. Kecamatan Indrajaya menurut penulis menjadi tempat yang lebih strategis dari titik letaknya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen dan kepuasan konsumen. Sehingga penulis ingin melihat bagaimana pengaruh setiap variabel bebas ini terhadap variabel terikat penyembelihan halal.

Pengaruh perilaku konsumen (Y1) terhadap penyembelihan halal (X) Berdasarkan dari hasil penelitian perilaku konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap penyembelihan halal, Indonesia khususnya Aceh dengan penduduknya adalah mayoritas Muslim, maka jawaban mereka mayoritas menunjukkan setuju dan sangat setuju terhadap penyembelihan halal. Hasil penelitian menunjukkan perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap penyembelihan halal dimana data kuesioner disebarkan terhadap 100 orang pembeli ayam. Dimana pada data kuesioner perilaku konsumen terdapat 9 pertanyaan dan variabel terikat penyembelihan halal terdapat 14 pertanyaan. Hasil menunjukkan pada model X pada bagian sig menunjukkan 0.000 dimana hasil ini menunjukkan lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat dijelaskan perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap penyembelihan halal. Jadi semakin penyembelihan halal diterapkan maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen semakin meningkat. Hal ini memberikan pengaruh yang baik sehingga masyarakat bisa mengkonsumsi ayam dengan proses penyembelihan halal. Penyembelihan halal juga mengurangi rasa was-was masyarakat yang takut jika penyembelihan ayam dilakukan sesuka hati tanpa memperhatikan anjuran syariat.

Pengaruh kepuasan konsumen (Y2) terhadap penyembelihan halal (X). Berdasarkan dari hasil penelitian maka kepuasan konsumen sebagai variabel terikat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penyembelihan halal variabel bebas. Jumlah

pertanyaan dalam data kuesioner variabel kepuasankonsumen adalah berjumlah 9 butir pertanyaan dan penyembelihan halal 14 pertanyaan. Hasil menunjukkan pada model X pada bagian sig menunjukkan 0.000 hasil ini menunjukkan lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat dijelaskan kepuasankonsumen berpengaruh signifikan terhadap penyembelihan halal. Dari hasil tersebut maka dapat dijelaskan bahwa apabila penyembelihan halal diterapkan maka akan memberikan kepuasan terhadapkonsumen, hal itu dibuktikan dengan hasil pengujian kepuasan konsumen yang berpengaruh signifikanterhadap penyembelihan halal, faktor yang mendukung terhadap hasil yang signifikan ini dipengaruhi oleh jawaban konsumen yang mayoritas memilih setuju dan sangat setuju terhadap penyembelihan halal. Kepuasan konsumen yang berpengaruh signifikan adalah hasil yang sangatrelevan, hal ini dikarenakan Aceh yang dikenaldengan syariat Islam dengan masyarakat yang hampir seluruh penduduk Aceh adalah Muslim maka tentukepuasan konsumen terhadap penyembelihan halal adalah hasil yang sangat relevan.

## 5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh penyembelihan halal terhadap perilaku konsumen dan kepuasan konsumen yang dilakukan terhadap 100 responden maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel penyembelihan halal berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen
2. Variabel penyembelihan halal berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diajukan beberapa saran yaitu:

1. Bagi pengusaha ayam Broiler perlu menjaga ayam yang disembelih harus sesuai dengan ketentuan syariat Islam, agar halal untuk dimakan. Karena ayam yang disembelih sesuai dengan syariat Islam atau penyembelihannya halal maka akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen dan kepuasan konsumen.
2. Sebaiknya orang yang bertugas sebagai penyembelih, harus orang yang mengerti tentang tatacara menyembelih sesuai yang dianjurkan syariat Islam.
3. Dalam penelitian ini lebih memfokuskan kepada konsumen, oleh karena itu untuk peneliti selanjutnya juga harus memfokuskan kepada penjual, untuk kuesionernya juga harus ada pertanyaan untuk penjual.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2020). *Fiqh Ibadah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Al-Ansi, A., Olya, H. G., & Han, H. (2018). Effect of General Risk on Trust, Satisfaction, and Recommendation Intention for Halal Food. *International Journal of Hospitality Management*, 1-10. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.10.017>
- Az-Zuhaili, W. (2011). *Fiqh Islam wa Adillatuhu: Sumpah, Nadzar, Halal-Halal yang Dibolehkan dan Dilarang, Kurban dan Aqiqah, Teori-Teori Fqih* (4 ed.). (A. H. Al-Kattani, Trans.) Jakarta: Gema Insani.
- Shakil, S., & Majeed, S. (2018). Brand Purchase Intention And Brand Purchase Behavior In Halal Meat Brand. *Journal of Marketing and Logistics (JML)*, 1, 163-182. Retrieved from <https://ideas.repec.org/a/ksb/jourml/v1y2018p163-182.html>
- Sitepu, I. N. (2016). Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia. *JPED: Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 2(1), 91-106. Retrieved from <https://jurnal.usk.ac.id/JPED/article/view/6650/5501>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Toyo, M. (2019). Labelisasi Halal terhadap Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Makanan Sesuai Hukum Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 69-83. doi:<https://doi.org/10.26618/j-hes.v3i1.2117>