



HUBUNGAN ANTARA KEBERADAAN LABEL HALAL DENGAN
KEPUTUSAN UNTUK MEMBELI MIE INSTAN
DI LINGKUNGAN MAHASISWA LEMBAGA DAKWAH KAMPUS
UNIVERSITAS JEMBER

S K R I P S I



Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)
Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

| | | |
|--------------------------|---------------|-----------|
| Asal: | Halaman | Klass |
| Terima Tgl : 11 FEB 2002 | 11 | 659.834.2 |
| Oleh : | No. Induk : | KUR |
| KLASIR / PENYALIN : | 0216 | h |
| | | e.1 |

Luluk Kurniawati

NIM : 970910202143

Pembimbing I
Prof Dr. Kabul Santoso, MS
Pembimbing II
Drs. Sugeng Iswono, MA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER

2001

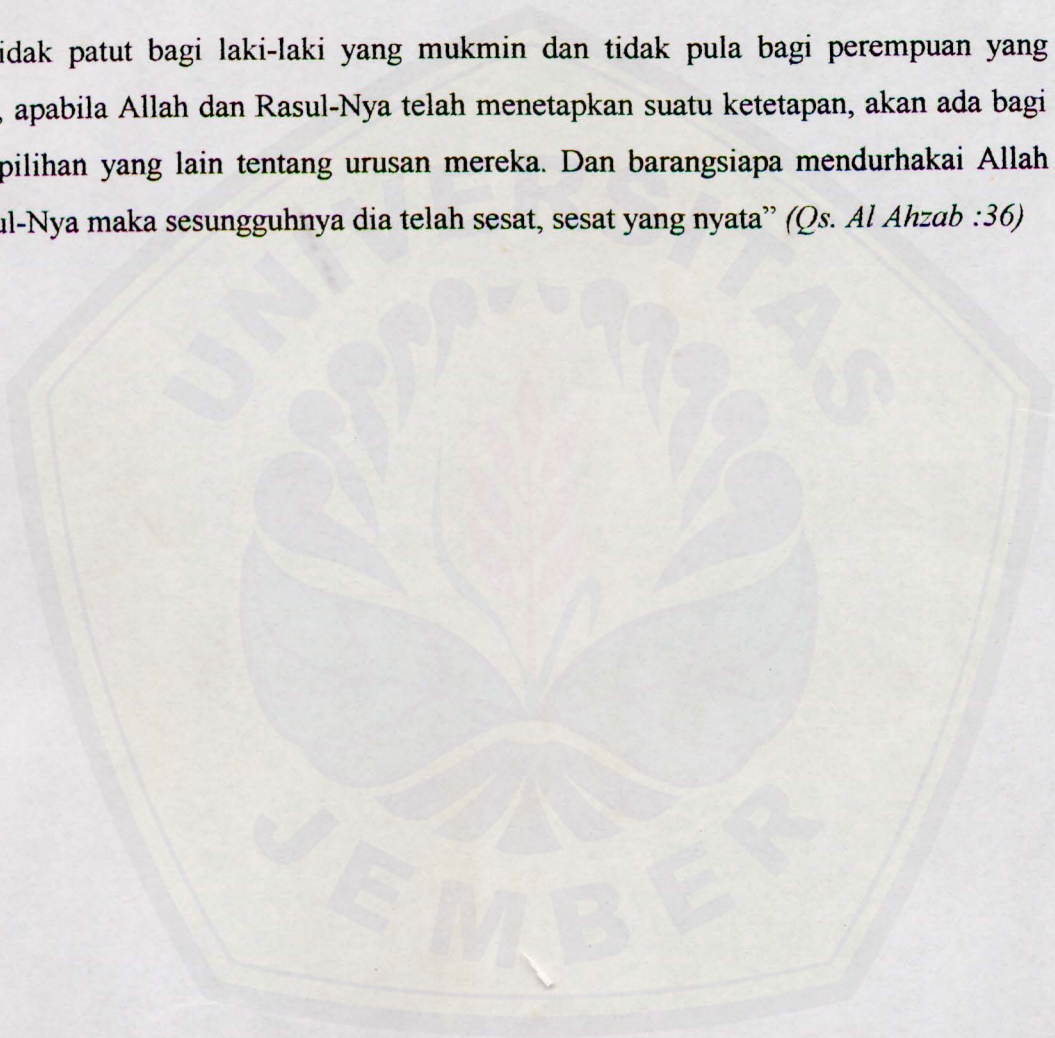
Digital Repository Universitas Jember

MOTTO

Dengan Menyebut Asma Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang

“ Aku Bersaksi Bahwa Tiada Tuhan Selain Allah dan Aku Bersaksi Bahwa Muhammad SAW adalah Utusan Allah”, (*Syahadhat ku*)

“ Dan tidak patut bagi laki-laki yang mukmin dan tidak pula bagi perempuan yang mukmin, apabila Allah dan Rasul-Nya telah menetapkan suatu ketetapan, akan ada bagi mereka pilihan yang lain tentang urusan mereka. Dan barangsiapa mendurhakai Allah dan Rasul-Nya maka sesungguhnya dia telah sesat, sesat yang nyata” (*Qs. Al Ahzab :36*)



PERSEMBAHAN

Dengan segenap cinta yang takkan pernah padam dalam keikhlasan dan pengorbananku, kupersembahkan karya ini teruntuk :

Seluruh **Kaum Muslimin** yang istiqomah dan kaffah
dalam memperjuangkan Islam di bumi Allah

Ayahanda **Kurnam** serta Ibunda **Sri Faryati** yang selalu berjuang dan berkorban dengan penuh kesabaran dan ketabahan hati hanya untuk mengiringi langkah ananda demi kebahagiaan ananda kelak

Yang selalu dihatiku Kak **Fajar** dan kak **Yuni**, Kak **Helmi**, Adik **Haris** serta keponakanku **Daffa**, terimakasih atas doa, keceriaan, kebersamaan dan dorongannya yang telah diberikan

My Self, semoga karya kecil ini dapat menjadikan pendorong untuk lebih mantap, kokoh, sabar,ikhlas dalam mempelajari, memahami dan mengamalkan Al-Qur'an dan As-Sunnah agar selalu menjadi orang yang mulia dan bertaqwa di hadapan-Nya

Almamater, tempat ananda menimba ilmu

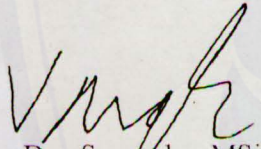
LEMBAR PENGESAHAN

Diterima dan disahkan didepan panitia penguji skripsi
guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

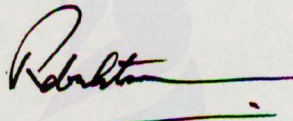
Hari : Jum'at
Tanggal : 29 Juni 2001
Pukul : 08.00 WIB
Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tim Penguji

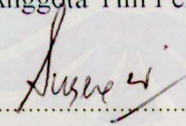
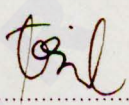
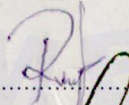
Ketua


Drs. Sasongko, MSi
NIP. 131 644 003

Sekretaris


Prof. Dr. Kabul Santoso, MS
NIP. 130 350 768

Anggota Tim Penguji

1. Drs. Sugeng Iswono, MA (..... )
2. Drs. Fadholi Said, SU (..... )
3. Drs. Rahmat Murjaya, MM (..... )

Mengetahui,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember



Drs. H. Moch. Toerki
NIP. 130 524 823

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi dengan judul Hubungan Antara Keberadaan Label Halal Dengan Keputusan Untuk Membeli Mie Instan Di Lingkungan Mahasiswa Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember, dapat terselesaikan.

Shalawat serta salam teruntuk Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan kaum muslimin yang istiqomah di jalan-Nya.

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Niaga pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Keberhasilan penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih dan rasa hormat yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs.H.M.Toerki selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember beserta Pembantu Dekan I,II dan III.
2. Bapak Drs. Mud'har Syarifudin selaku Ketua Jurusan Ilmu administrasi.
3. Bapak Drs.Totok Supriyanto selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga .
4. Bapak Drs.Rahmat Murjaya, MM selaku dosen wali yang telah memberikan pengarahannya selama penulis belajar di bangku kuliah.
5. Bapak Prof. Dr. Kabul Santoso, MS dan Bapak Drs. Sugeng Iswono, MA selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah mendidik dan memberikan ilmu pada penulis.
7. Mbak Khilyatin, teman-teman Bangka II/6 yang telah memberikan ketenangan dan kedamaian hati.

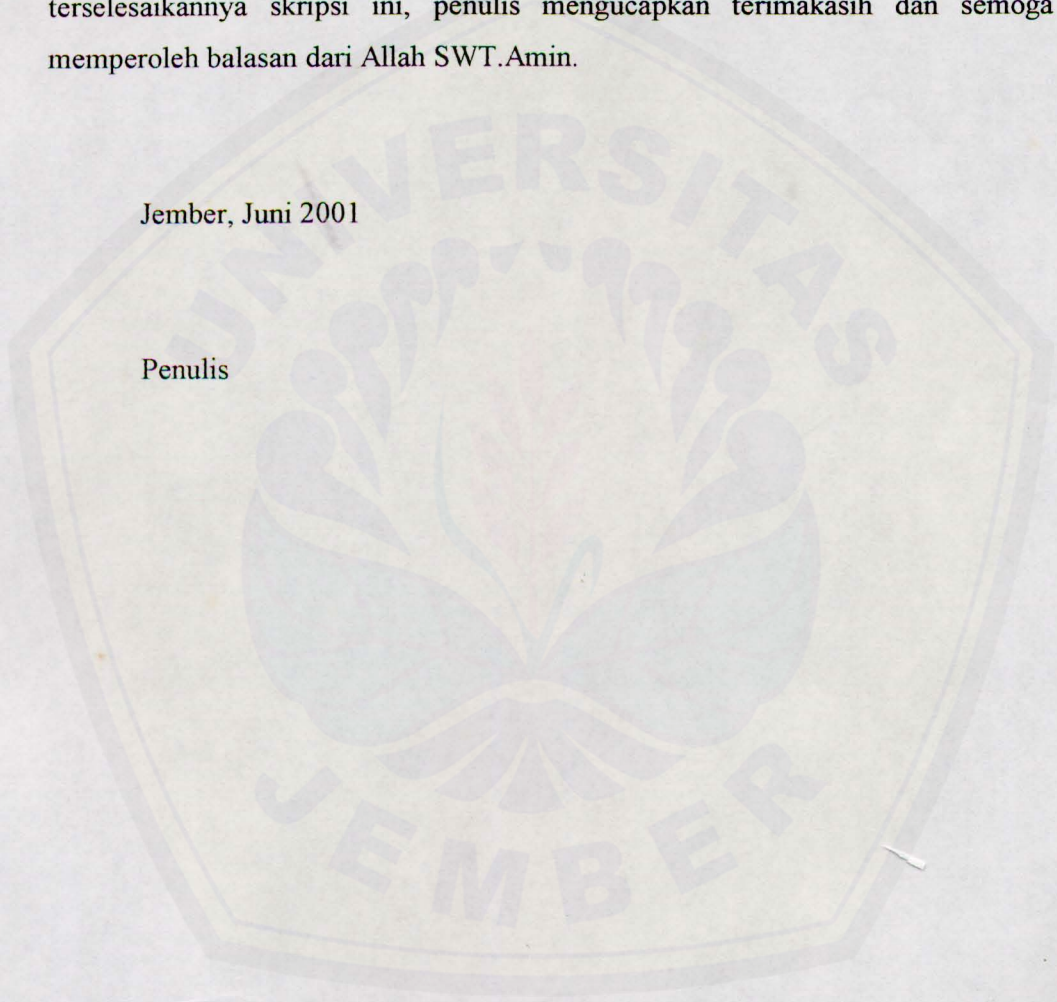
8. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan karena kemampuan penulis yang serba terbatas. Namun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Akhirnya kepada semua pihak yang berjasa kepada penulis demi terselesaikannya skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga memperoleh balasan dari Allah SWT. Amin.

Jember, Juni 2001

Penulis



DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| Halaman Judul | i |
| Halaman Motto..... | ii |
| Halaman Pengesahan | iii |
| Kata Pengantar | iv |
| Lembar pengesahan | v |
| Daftar Isi | vi |
| Daftar Tabel | vii |
| I. PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 3 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian | 3 |
| 1.4 Konsepsi Dasar | 4 |
| 1.5 Hipotesis | 12 |
| 1.6 Model Analisis | 12 |
| 1.7 Operasionalisasi Konsep | 13 |
| 1.8 Metode Penelitian..... | 14 |
| II. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN | |
| 2.1 Pengertian Lembaga Dakwah Kampus | 21 |
| 2.2 Data Umum Mahasiswa | 26 |
| III. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN | |
| 3.1 Deskripsi Umum Responden..... | 28 |
| 3.2 Interpretasi Data dan Uji Korelasi..... | 32 |
| IV. Kesimpulan dan Saran | |
| 4.1 Kesimpulan | 37 |
| 4.2 Saran..... | 37 |
| Daftar Pustaka | |
| Lampiran | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| 1. Mahasiswa Anggota LDK..... | 26 |
| 2. Daerah Asal..... | 27 |
| 3. Mata Pencarian..... | 27 |
| 4. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 28 |
| 5. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia..... | 29 |
| 6. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Semester..... | 29 |
| 7. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Fakultas..... | 30 |
| 8. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Daerah Asal..... | 30 |
| 9. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Status Rumah Tinggal..... | 31 |
| 10. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Sumber Biaya..... | 31 |
| 11. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kiriman..... | 31 |
| 12. Jumlah Responden yang membeli dan tidak membeli..... | 32 |

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ketika teknologi pangan belum berkembang seperti saat ini, dimana tidak ada atau tidak banyak makanan dan minuman olahan yang beredar masalah halal dan haramnya makanan dan minuman relatif tidak serumit sekarang. Teknologi telah berkembang sedemikian rupa sehingga hal-hal yang dulunya tidak ada menjadi ada dengan bantuan teknologi. Banyaknya makanan dan minuman impor baik yang jelas keharamannya atau yang tidak jelas keharamannya beredar ditengah-tengah masyarakat. Banyak sekali bahan utama atau bahan tambahan makanan yang harus diimpor untuk memproduksi bahan pangan olahan didalam negeri.

Dengan tidak ada jaminan kehalalan suatu bahan atau produk pangan, maka akan sulit sekali bagi orang awam untuk memilih mana makanan dan minuman yang halal dan mana makanan dan minuman yang haram. Untuk itulah diperlukan adanya peraturan dan pengaturan yang jelas, yang menjamin kehalalan suatu bahan atau produk pangan. Penentuan halal tidaknya suatu produk makanan dan minuman pada era global sekarang ini tidaklah sederhana, bahkan dapat dikatakan memiliki tingkat kesulitan yang tinggi. Hal ini dapat terjadi karena begitu banyaknya bahan utama dan bahan tambahan yang digunakan untuk memproduksi suatu makanan dan minuman dengan asal bahan yang haram. Oleh karena itu, masyarakat muslim di Indonesia yang mayoritas beragama Islam, harus dilindungi haknya yaitu hak untuk mendapatkan makanan dan minuman yang halal karena hal ini sangat penting.

Disamping perlindungan yang diberikan ke konsumen, dalam hal ini umat Islam sendiri perlu juga dibekali dengan pengetahuan yang cukup tentang masalah halal dan haramnya suatu makanan yang akan dikonsumsinya. Kegiatan pembekalan pengetahuan ini sering diadakan di lembaga-lembaga kajian Islam

baik dari kalangan mahasiswa maupun masyarakat umum lainnya. Seperti halnya yang dilakukan oleh Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember. lembaga ini bergerak dalam bidang dakwah Islam. Kampus merupakan inti kekuatannya dan warga civitas akademika adalah obyek utamanya. Atau bisa dikatakan bahwa mahasiswa adalah subyek sekaligus obyeknya. Pembinaan yang dilakukan oleh Lembaga Dakwah Kampus terhadap mahasiswa terutama yang terdaftar sebagai anggotanya tidak hanya dilakukan untuk materi-materi tertentu seperti akhlaq, fiqh saja namun juga mengenai makanan dan minuman yang halal untuk mereka konsumsi.

Karena masalah makanan adalah suatu hal yang sangat pokok yang ada pada setiap kebutuhan manusia. Konsumsi makanan memang beragam jenis dan rasanya. Namun ada karakteristik sendiri di kalangan mahasiswa mengenai makanan yang dikonsumsinya. Mie Instan adalah alternatif pokok dari makanan yang dipilih karena cepat dalam penyajiannya, rasanya memenuhi selera dan harga sangat terjangkau. Banyak sekali ragam merek mie instan yang beredar di lingkungan mahasiswa. Mulai dari harga yang termurah sampai harga yang mahal, dengan variasi rasa yang berbeda-beda. Seperti Mie Instan Supermi, Indomie, Alhamie dan masih banyak lagi merek lainnya.

Dari kesemua produk yang ada tersebut, pada kemasan luar mie instan telah terdapat label halal. Keberadaan berbagai macam produk tersebut ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan yaitu perusahaan harus mampu mengenali apa yang dibutuhkan dan diinginkan masyarakat sebagai konsumen. Hal ini diperlukan karena kemajuan yang telah dicapai akan mempengaruhi cara penilaian mahasiswa terhadap suatu produk baru. Perilaku pembelian ini ditekankan pada keputusan untuk membeli.

Keberadaan label halal pada tiap kemasan mie instan sedikit banyak memberikan kontribusi guna meyakinkan konsumen bahwa mereka dapat mengkonsumsi semua produk mie instan tersebut tanpa rasa khawatir akan kehalalannya. Sertifikat halal yang telah dikeluarkan oleh LPPOM MUI memang dapat meredakan keresahan yang ada di masyarakat, bahkan menjadi kunci sukses bagi Indofood dalam memasarkan produk-produknya. Namun masih ada juga

beberapa perusahaan yang tidak mencantumkan label halal tersebut pada kemasan luarnya

Hal ini dimungkinkan untuk memperoleh sertifikat dan stempel halal bukanlah hal yang mudah, disamping dari segi biaya dibutuhkan juga waktu yang lama untuk penelitian dan pemeriksaan. Karena kendala itulah belum semua produsen memiliki sertifikat halal tersebut. Hal ini seiring dengan banyaknya produk-produk baru yang bermunculan di pasaran, memungkinkan masih banyak produk belum berlabel halal yang beredar.

Fenomena yang nampak dari kondisi yang ada tersebut akan menimbulkan keputusan untuk membeli yang berbeda-beda dari berbagai kalangan yang ada di masyarakat, khususnya masyarakat mahasiswa terutama yang menjadi anggota Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember.

1.2 Perumusan Masalah

Kegiatan mengkonsumsi mie instan yang sering dilakukan oleh mahasiswa terutama mahasiswa anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Kerohanian Islam Lembaga Dakwah Kampus dengan keputusan untuk membeli produk mie instan yang ada label halal dan tidak ada label halal, yang berbeda-beda pada setiap mahasiswa, akhirnya dapat diambil suatu rumusan masalah :

“ Adakah hubungan keberadaan label halal dengan keputusan untuk membeli produk mie instan di lingkungan mahasiswa Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember ?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Ingin mengetahui dan menganalisa hubungan keberadaan label halal dengan keputusan untuk membeli produk mie instan di lingkungan mahasiswa Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember.

1.3.2 Manfaat penelitian :

- a. Sebagai bahan bacaan dan bahan referensi serta dokumentasi untuk penelitian dalam tema yang sama atau penelitian lanjutan.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak-pihak terkait seperti : Pengusaha industri manufakture makanan, agar dapat mengenali perilaku konsumen. LPPOM MUI; sebagai bahan pertimbangan untuk memberikan label halal pada produk yang sekiranya akan dikonsumsi oleh konsumen muslim serta perusahaan yang ingin mengadakan ekspansi ke Indonesia; hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam memasarkan produknya di Indonesia.

1.4 Konsepsi Dasar

1.4.1 Keberadaan Label Halal

Keberadaan produk fisik merupakan kemasan yang menciptakan manfaat-manfaat seperti perlindungan, manfaat ekonomi, kemudahan dan promosi. Para pemasar haruslah mengembangkan suatu konsep kemasan dan menguji fungsi dan efek psikologisnya, untuk memastikan tujuan yang diinginkan tercapai., serta sesuai dengan kebijakan pemerintah dan masyarakat. Disamping itu produk fisik juga menuntut adanya label untuk keperluan identifikasi, penentuan kualitas dan keterangan yang menjelaskan serta promosi.

Menurut Kotler (1996:223) label dapat berupa suatu kertas yang sertakan pada produk atau merupakan desain grafis canggih yang merupakan bagian dari kemasan.

Label mungkin membawa nama merek atau informasi yang lebih banyak. Label menurut Kotler (1996: 223) pada dasarnya mempunyai beberapa fungsi antara lain :

1. Label dapat dipakai untuk mengidentifikasi produk atau merek.
Contoh Sunkist yang dicap pada jeruk
2. Label juga dapat berfungsi memberi tingkatan untuk produk.
Contoh buah peach dalam kaleng diberi label A, B dan C.
2. Label dapat berfungsi menjelaskan produk tersebut, yaitu siapa yang membuatnya, dimana dibuatnya, kapan dibuatnya, apa isinya.,

3. Label dapat berfungsi sebagai alat promosi melalui rancangan grafis yang menarik.

Untuk mengembangkan suatu label yang efektif akan memerlukan biaya yang besar serta waktu yang lama. hal ini juga harus disesuaikan dengan undang-undang pemerintah yang mengatur masalah label. Masalah pentingnya label ini tidak dapat dilewatkan karena berbagai fungsi yang dilakukan dalam menarik minat dan memuaskan konsumen. Perusahaan harus memperhatikan, terutama pada berbagai pendapat masyarakat mengenai masalah label, dan membuat keputusan mengenai label sesuai dengan keinginan masyarakat dan sesuai dengan tujuan konsumen serta perusahaan.

Dari definisi diatas kita dapat menarik kesimpulan bahwa label memiliki peranan yang cukup penting, baik bagi pembeli maupun penjual.

Bagi pembeli label dapat memberikan manfaat antara lain (Kotler, 1996:224) :

1. Memudahkan mereka dalam mengenali suatu barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhannya.
2. Memberikan keyakinan kepada pembeli bahwa mereka telah membeli barang yang "benar" seperti yang mereka inginkan.
3. Memudahkan mereka didalam membandingkan kualitas, harga dan sebagainya antara produk yang sama.
4. Memudahkan mereka untuk mengingat ciri barang atau jasa untuk kepentingan pembelian berikutnya.
5. Memudahkan mereka untuk meneruskan atau memberikan informasi kepada orang lain.

Sedangkan bagi penjual, label dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Identitas perusahaan yang dijadikan tolak ukur kualitas.
2. Sesuatu yang dapat diiklankan untk mendapatkan tanggapan dari calon pembeli.
3. Dapat membantu penjual dalam memperkirakan "*market share*" mereka karena pembeli tidak bingung dalam memilih produk.

4. Melindungi penjual dari penurunan harga yang terlalu jauh, karena pembeli tidak semata-mata menjadikan harga sebagai alat pembandingan dua produk.

Ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk menjamin hak mendapatkan makanan dan minuman yang halal, pertama adanya jaminan undang-undang yang melindungi hal tersebut. Dalam undang-undang pangan telah diperlakukan dalam salah satu pasal yaitu tentang label yang dinyatakan bahwa pencantuman label halal merupakan jaminan bahwa makanan dan minuman yang diberi label tersebut adalah halal menurut syariat Islam dan merupakan tanggungjawab produsen yang memproduksi makanan atau minuman tersebut. Hal ini berarti bahwa produsen dalam rangka mencantumkan label halal yang menjamin kebenaran apa yang dinyatakannya memerlukan pihak kedua untuk memeriksanya. Hal ini bisa dijelaskan dalam peraturan pemerintah yang menyatakan bahwa pencantuman label halal suatu produsen harus mendapatkan sertifikat halal dari pihak yang berwenang dengan melalui pemeriksaan yang seksama bagi produk yang akan diberi label halal.

1.4.2 Keputusan Untuk Membeli

Dengan konsep pemasaran yang ada konsumen merupakan titik pusat perhatian perusahaan. Karena konsumen merupakan bagian yang terpenting dalam memasarkan suatu produk, perusahaan perlu mengenali, mempelajari dan memahami bagaimana perilaku konsumen tersebut.

Menurut James dkk (1994:3) perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului atau yang menyusuli tindakan tersebut.

Menurut Pride dan Ferrel (1995: 183)ada tiga kelompok besar perilaku pembelian konsumen dalam keputusan pembeliannya, yaitu :

1. Perilaku tanggapan rutin

Suatu perilaku pembelian yang terlihat pada saat konsumen membeli barang yang sering dibeli dan berharga murah serta sangat mudah

ditentukan dan hanya memerlukan sedikit usaha pengambilan keputusan.

2. Pengambilan keputusan terbatas

Perilaku yang terlihat ketika konsumen membeli produk yang sifatnya jarang dibeli atau juga pada saat konsumen menemukan produk baru sehingga mereka memerlukan informasi mengenai merek produk tersebut.

3. Pengambilan keputusan meluas

Terjadi ketika sebuah pembelian melibatkan produk-produk yang tidak dikenal, mahal dan jarang dibeli.

Keputusan pembelian konsumen sangat penting untuk diketahui baik oleh perusahaan ataupun pihak-pihak lain dengan berbagai tujuan. Misalnya keinginan untuk mempengaruhi dan mengubah perilaku konsumen untuk tujuan pendidikan, perlindungan konsumen ataupun kebijakan umum. Oleh karena sangat perlu mengetahui lebih dahulu proses keputusan konsumen dengan langkah-langkah :

1. Pengenalan kebutuhan konsumen

Konsumen mempersepsikan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan

2. Pencarian Informasi

Konsumen mencari informasi yang disimpan dalam ingatannya ataupun mendapatkan informasi yang relevan dengan keputusan dari lingkungan.

3. Evaluasi alternatif

Konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan hingga menemukan alternatif yang dipilih.

4. Pembelian

Konsumen memperoleh alternatif yang atau pengganti yang dapat diterima bila perlu.

5. Hasil

Konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih memenuhi kebutuhan dan harapan segera sesudah digunakan. (James DKK, 1994:34)

Pengenalan masalah terjadi ketika konsumen menyadari adanya perbedaan antara kondisi yang diinginkan dengan kondisi yang ada. Setelah menyadari adanya perbedaan tersebut maka konsumen akan berusaha mencari informasi sehubungan dengan produk yang dapat membantunya. Pencarian ini meliputi pencarian internal yang berupa pencarian informasi yang diketahui atau ada dalam ingatan mereka. Sedangkan pencarian eksternal yang berupa pencarian informasi yang terfokus pada komunikasi dengan pihak lain untuk mencari informasi. Setelah konsumen memperoleh berbagai alternatif produk yang dibeli maka alternatif-alternatif tersebut akan dievaluasi sehingga diputuskan produk yang akan dibeli. Setelah kegiatan pembelian dilakukan konsumen akan mulai mengevaluasi produk untuk memastikan bahwa kerja yang sebenarnya dari produk tersebut memenuhi tingkat yang diharapkan.

Faktor pertama yang mempengaruhi proses keputusan pembelian adalah faktor pribadi. Pride dan Ferrel (1995:189) mendefinisikan faktor pribadi sebagai faktor yang unik untuk orang tertentu. Ada tiga kategori dalam faktor pribadi antara lain :

Pengaruh pribadi

1. Demografi

Adalah ciri-ciri individu seperti jenis kelamin, usia, ras, suku bangsa, pendapatan, siklus kehidupan keluarga dan pekerjaan. Faktor ini juga berkaitan dengan siapa yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan serta sampai sejauh mana seseorang menggunakan produk-produk dalam kategori produk tertentu.

2. Situasional

Suatu keadaan atau kondisi eksternal yang ada ketika konsumen membuat keputusan untuk membeli. Faktor ini dapat mempengaruhi tindakan konsumen pada setiap tahap dalam proses pembelian melalui berbagai cara. Karena faktor situasional sangat berkaitan dengan waktu yang tersedia juga mempengaruhi

konsumen dalam proses informasi yang terkandung dalam iklan dan jumlah tahap dalam proses keputusan.

3. Keterlibatan

Menetapkan mengapa konsumen mempunyai motivasi untuk mencari informasi tentang produk dan merek tertentu dan mengapa mereka mengabaikan produk dan merek lainnya. Dalam arti pembeli yang memiliki keterlibatan rendah kemungkinan akan menentukan sikap terhadap sebuah produk dan mengadakan evaluasi sebelum mereka melakukan pembelian, bukan sesudah pembelian dan hal itu berlaku untuk hal-hal yang sebaliknya.

Faktor kedua yang mempengaruhi dalam proses keputusan pembelian berasal dari faktor psikologis, yaitu yang meliputi :

1. Persepsi

Adalah proses pemilihan, pengorganisasian dan pengintegrasian masukan informasi untuk menghasilkan makna. Dalam hal ini persepsi terdiri dari tiga tahap. Yang pertama dinamakan dengan penerimaan selektif yaitu proses pemilihan informasi yang diperoleh untuk dapat masuk dalam penerimaan manusia dan dapat diterima pula oleh kesadaran manusia (Pride dan Ferrel, 1995:196). Sifat persepsi yang selektif menghasilkan dua kondisi yaitu distorsi selektif dan retensi selektif yang merupakan suatu fenomena dimana seseorang mengingat masukan informasi yang tidak mendukung. Setelah informasi diseleksi oleh penerima, kemudian informasi tersebut diorganisasikan dan diintegrasikan untuk kemudian diberi makna. Walaupun disadari kadangkala sulit untuk mengendalikan persepsi seseorang terhadap suatu produk tetapi seringkali pemasar mencoba untuk mempengaruhi persepsi calon konsumennya. Hal ini bisa terlaksana jika pemasar dapat mengenali konsep diri atau citra diri dari konsumennya. Karena pada dasarnya pembeli mengkonsumsi produk yang menunjang citra dirinya. Hal itu yang menimbulkan motivasi membeli suatu produk.

2. Motif

Adalah kekuatan internal yang mengendalikan kegiatan seseorang kearah pemenuhan kebutuhan atau pencapaian sasaran. Sedangkan motivasi adalah

sekelompok mekanisme untuk pengendalian kegiatan seseorang kearah pemenuhan kebutuhan atau pencapaian sasaran. Sedangkan motivasi adalah sekelompok mekanisme untuk pengendalian gerakan kearah sasaran tersebut (Pride dan Ferrel, 1995:197). Tindakan membeli dalam suatu saat tidak hanya dipengaruhi oleh salah satu motif saja melainkan dengan beberapa motif sekaligus, tetapi prioritas motif selalu berubah-ubah dari waktu ke waktu, disesuaikan dengan kondisi yang dimiliki oleh konsumen itu sendiri. Adanya keberagaman kemampuan yang dimiliki oleh konsumen juga merupakan faktor psikologis yang dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen.

3. Sikap

Pengetahuan yang bersifat atau negatif terhadap sebuah obyek tertentu. Sikap konsumen terhadap perusahaan dan produk-produknya sangat berpengaruh terhadap keberhasilan dan kegagalan strategi pemasarannya. Oleh karena itu sikap ini sangat berpengaruh sehingga pemasar harus mengukur sikap konsumen terhadap harga, racangan kemasan, nama, merk, iklan, wiraniaga, pelayanan, perbaikan dan lokasi toko. Ciri produk yang ada, yang diusulkan serta kegiatan tanggungjawab sosial perusahaan. Setelah sikap diketahui, kepribadian yang merupakan ciri internal dan perilaku yang membuat seseorang unik yang berasal dari keturunan dan pengalaman pribadi serta berbagai jenis kepribadian yang sifatnya umum yang mengandung nilai-nilai positif seperti kemasyarakatan, kemandirian, daya saing dan dogmatis.

Dari pengaruh pribadi dan pengaruh psikologi juga terdapat pengaruh sosial yang akan mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor sosial berupa kekuatan-kekuatan yang dikendalikan oleh orang lain terhadap keputusan pembelian. Sebagai individu dalam kehidupan bermasyarakat seseorang selalu menempati posisi tertentu berdasarkan harapan, baik oleh individu itu sendiri maupun orang-orang disekitarnya. Hal inilah yang dinamakan peran, maka peran yang dimilikinya juga banyak. Peran ini mempengaruhi perilaku umum seseorang

dan keputusan pembeliannya. Peran yang terkait langsung dengan keputusan pembelian adalah peran keluarga.

Faktor yang berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian konsumen adalah budaya dan sub budaya. Budaya merupakan ramuan yang kompleks dari nilai, gagasan, sikap dan simbol-simbol lain yang bermakna yang diciptakan oleh manusia untuk membentuk perilaku manusia serta artefak-artefak perilaku tersebut yang diwariskan dari generasi ke generasi berikutnya.

Budaya mempengaruhi keputusan pembelian mempengaruhi bagaimana seseorang membeli dan menggunakan produk serta kepuasan seseorang terhadap produk tersebut. Dari nilai-nilai yang ada didalam masyarakat, akan selalu terjadi perubahan secara terus menerus. Dari perubahan tersebut akan mempengaruhi pola perilaku pembelian dari konsumen yang akan dituju. Hal ini sangat terkait dengan pemahaman nilai-nilai sosial yang terdapat pada keluarga, agama dan pendidikan.

1.4.2 Hubungan Keberadaan Label Halal Dengan Keputusan Untuk Membeli

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan, maka nilai-nilai yang diyakini oleh umat Islam juga semakin berkembang. Berdasarkan hasil penelitian mengenai beberapa jenis makanan dan minuman yang dilakukan dosen Unibraw tahun 1988 (Poernomo, 1996:14) terdapat adanya lemak babi yang terkandung dalam beberapa produk makanan. Padahal masyarakat Indonesia sebagian besar adalah umat Islam yang dalam ajarannya mengharamkan segala bentuk makanan yang terdapat unsur babi.

Namun dengan munculnya produk-produk dipasaran yang ternyata mengandung lemak babi membuat konsumen muslim merasa bahwa pemasar telah bertindak tidak adil terhadap mereka. Persepsi masyarakat muslim terhadap beberapa produk makanan tidak lagi merupakan nilai-nilai positif melainkan nilai-nilai negatif. Hal ini disebabkan bahwa salah satu bentuk budaya konsumsi bagi umat Islam adalah adanya ketentuan halal dan haram.

Pengertian halal secara harafiah adalah tidak ada halangan atau dianggap memenuhi asas normatik dalam pandangan agama maupun memenuhi asas-asas itu dalam norma-norma kehidupan manusia menuju kesejahteraan dan kebahagiaan (hepi, 1996 :1) . Adapun menurut Asri Rasad dkk (1989:87) yang pengertian halal adalah :

1. halal dalam jenis
2. halal dalam cara mendapatkannya
3. halal dalam pengolahan, penyediaan dan penyajiannya.

Dari pengertian tersebut jelas dibutuhkan adanya suatu kejelasan apakah makanan dan minuman atau produk yang dipasarkan dapat dikonsumsi oleh umat Islam atau tidak. Tujuan utama perusahaan yang memiliki sertifikat halal selain untuk melindungi konsumen juga untuk meningkatkan penjualan produknya. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh James dkk, (1994:90) yang menyatakan bahwa nilai-nilai agama adalah pengaruh utama pemasaran , jika pemasaran yang diterapkan seiring dengan nilai-nilai agama maka pemasaran produk tidak akan ada masalah.

Dalam hal tersebut terdapat suatu fakta baru bahwa pemahaman dan pengaruh agama bagi orang berbeda-beda. Seseorang yang sehari-hari aktif dalam suatu kelembagaan agama akan berbeda perilaku sehari-harinya dengan orang yang tidak aktif dilembaga keagamaan manapun.

1.5 Hipotesis

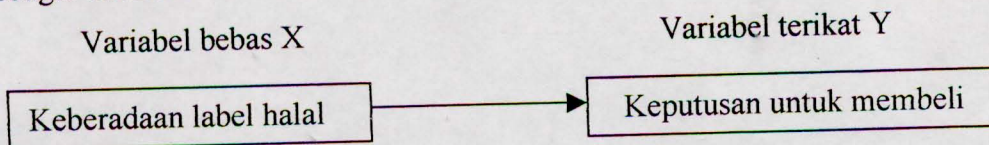
Ho : Tidak ada hubungan keberadaan label halal dengan keputusan untuk membeli.

Ha : Ada hubungan keberadaan label halal dengan keputusan untuk membeli.

1.6 Model Analisis

Model analisis merupakan kerangka penelitian yang menghubungkan dua variabel yang ada sehingga akan mempermudah peneliti dalam menjawab

permasalahan yang ada. Model analisis dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



1.7 Operasionalisasi Konsep

Konsep yang dioperasionalkan dalam penelitian ini adalah :

1. Keberadaan Label Halal

Proses pemeriksaan halal diawali dengan pendaftaran produsen ke Dirjen POM, kemudian tim gabungan yang terdiri dari LP POM MUI, Depkes dan Depag melakukan pemeriksaan ke tempat produksi. Setelah melakukan pemeriksaan baik dari segi proses dan bahan baku serta gudang bahan baku, selanjutnya pihak LP POM MUI dalam hal ini auditor akan melaporkan ke rapat tim ahli (auditor). Hasil dari rapat tim yang dirasa masih mengganjal, maka tim yang memeriksa akan menanyakan ke perusahaan untuk mendapatkan kejelasan dan tidak ada keraguan lagi, maka tim auditor akan membuat laporan untuk dibawa ke komisi fatwa MUI, yang memutuskan status kehalalannya. Pencantuman label halal merupakan wewenang Depkes, sedangkan ijin pencantumannya dilakukan setelah perusahaan tersebut mendapatkan sertifikat halal dari MUI. Atas dasar sertifikat tersebut, maka Depkes memberikan ijin untuk mencantumkan label halal. Adanya pencantuman label halal merupakan kejelasan status suatu produk yang merupakan salah satu tuntutan dalam ajaran agama Islam yaitu faktor keyakinan yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.

Kreteria yang penulis gunakan adalah ada dan tidak adanya label halal pada kemasan luar mie instan. Label halal dikatakan ada apabila pada kemasan mie instan terdapat label halal. Dan dikatakan tidak ada label halal bila kemasan itu tidak ada label halalnya. Mie instan yang dimaksud ada label halalnya antara lain : mie instan Supermi, Indomie, Gaga 100, ABC dan Mie president, Happy

instan yang tidak ada label halalnya antara lain: mie instan Roma dan mie instan Cinta mie.

2. Keputusan Untuk Membeli

Keputusan untuk membeli yang dimaksudkan adalah pilihan yang di jatuhkan untuk konsumen atau responden untuk membeli atau tidak membeli terhadap produk Sedangkan yang dimaksud membeli dalam penelitian ini adalah kegiatan yang dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan mie instan Indofood dengan sejumlah uang. Berarti untuk menentukan kreterianya terhadap keputusan untuk membeli ini adalah membeli dan tidak membeli.

3. Mahasiswa di Lingkungan Lembaga Dakwah kampus

Adalah mahasiswa Univesitas Jember yang mengikuti kegiatan dan tercatat sebagai anggota di Unit Kegiatan Kerohanian Islam Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan maka penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori yaitu suatu penelitian yang ditujukan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis (Singarimbun, 1989:124). Jadi dalam penelitian ini menjelaskan sejauh mana hubungan kausal antara variabel yang diteliti dan sejauh mana hubungan tersebut terjadi. Walaupun dalam penjelasan atau uraian-uraiannya nanti juga akan mengandung uraian yang bersifat deskriptif. Tetapi sebagai penelitian rasional pada dasarnya yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah hubungan antara variabel yang diukur dan diteliti, serta merupakan pengujian hipotesis yang telah diambil berdasarkan kajian teori.

1.8.2 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Universitas Jember, khususnya di Unit Kegiatan Kerohanian Islam Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember. Dengan demikian ditetapkan bahwa masyarakat yang diteliti adalah masyarakat muslim

yang memiliki tingkat pendidikan perguruan tinggi. Ditetapkan masyarakat yang memiliki pendidikan ini karena dianggap masyarakat ini memiliki wawasan dan ilmu pengetahuan yang luas, sudah mampu untuk hidup mandiri, memiliki pola pikir yang mengacu pada masa depan. Disamping itu seperti mahasiswa lainnya tingkat konsumsi mie instan di kalangan mereka cukup tinggi, karena kesibukan mereka dalam mengikuti kegiatan di lembaga, sehingga mereka cenderung menggunakan mie instan yang praktis dalam pengolahannya.

1.8.3 Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2000:18). Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Kerohanian Islam Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember yang terdaftar pada semester genap tahun ajaran 2000/2001 yang berjumlah 300 mahasiswa yang berasal dari berbagai fakultas yang ada di Universitas Jember.

Sedangkan sampel yang merupakan bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili dari populasi yang ada. Menurut Sugiyono (2000:45) “ Sampel adalah sebagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut “.

Dan untuk mencari besarnya sampel digunakan *Proposional Random Sampling* yaitu besar kecilnya sub sampel mengikuti perbandingan besar kecilnya sub populasi dan individu-individu yang ditugaskan dalam setiap sub-sub populasi yang diambil secara random dari populasi. Suharsimi (2993:107) menyatakan bahwa “ untuk ancer-ancer apabila subyek yang diteliti lebih dari 100 dapat diambil antara 10% - 15% atau 20% - 25% atau lebih.

Bila analisis yang dipakai adalah teknik korelasi, maka sampel yang harus diambil minimal 30 kasus (Singarimbun, 1989:171). Untuk menentukan penarikan sampel, peneliti mengambil 10% dari jumlah populasi yaitu 30 mahasiswa.

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Dengan menggunakan data yang bersifat obyektif dan ilmiah, hasil penelitian akan lebih mendekati kebenaran. Oleh karena itu diperlukan tahap-tahap dalam mengumpulkan data antara lain :

a. Observasi Pendahuluan

Merupakan kegiatan secara langsung guna memperoleh data yang ada di lapangan untuk menangkap permasalahan yang terjadi. Terkait dengan pencantuman label halal pada mie instan produksi PT. Indofood Sukses Makmur ini penulis mengadakan wawancara dengan beberapa toko disekitar kampus, diantaranya toko Imanda, Ampera dan Buwana, guna memperoleh informasi mengenai perkembangan omset penjualan mie instan itu.

Untuk mendapatkan informasi tentang keputusan untuk membeli, penulis mengadakan pengamatan secara langsung yaitu mengadakan wawancara terhadap beberapa responden.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan ini penulis lakukan untuk mencari dan mempelajari konsep-konsep yang mendasari penelitian ini ataupun konsep-konsep yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

c. Wawancara

Dilakukan pada saat pengisian kuisioner untuk melengkapi data yang mungkin belum terdapat dalam kuisioner. Pengumpulan data dalam hal ini menyebarkan kuisioner kepada mahasiswa anggota Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember. Untuk pengisiannya kepada responden diberikan waktu selama tiga hari. Setelah itu pada saat pengembalian jika ada yang kurang dari kuisioner tersebut maka pengumpulan datanya dilakukan melalui wawancara dengan responden tersebut.

1.8.5 Metode Pengolahan Data dan Pengujian Hipotesis

Tahap pengolahan data meliputi :

a. Pemeriksaan Data atau Editing

Pengolahan data untuk meneliti kembali data yang telah terkumpul. Untuk mengetahui apakah data tersebut baik sehingga siap untuk proses berikutnya. Pemeriksaan data dilakukan terhadap jawaban yang telah dituliskan dalam kuisioner dan jumlah kuisioner yang telah terkumpul.

b. Pemberian Skor

Jawaban-jawaban diberi penilaian sesuai dengan jenis data yang digunakan dalam perhitungan statistik dalam penelitian ini. Maka nilai yang digunakan adalah bertingkat menurut skala ordinal, dengan jawaban tertinggi sampai terendah diberi nilai 3, 2 dan 1.

c. Membuat Tabulasi

Yaitu memasukkan data-data kedalam tabel menurut jenisnya, sehingga nantinya memudahkan perhitungannya. Dengan melihat tabel tersebut kita mengetahui karakteristik responden berdasarkan jawaban yaitu yang diberikan dalam kuisioner.

d. Analisis Data

Untuk menguji hipotesis mengenai ada tidaknya hubungan variabel bebas dengan variabel terikatnya digunakan rumus Chi Kuadrat (χ^2) dengan tingkat kepercayaan 95%. Dasar pertimbangan digunakan rumus χ^2 adalah pendapat Winarno Surachmad (1976:309) yaitu :

“ Konsep χ^2 banyak sekali digunakan dalam statistik untuk menghitung signifikansi terutama bila statistik itu menghadapi data yang bersifat frekuensi, proporsi maupun probabilitas. Umumnya χ^2 dipakai untuk mengetes signifikansi suatu kumpulan data yaitu untuk melihat apakah perbedaan yang sebenarnya “

Chi Kuadrat memang merupakan salah satu teknik statistik yang seringkali digunakan untuk penyelidikan-penyelidikan. Sesungguhnya begitu teknik ini mempunyai keterbatasan penggunaannya antara lain :

1. Chi Kuadrat pada dasarnya hanya dapat digunakan untuk menganalisis data yang terwujud frekuensi yaitu bilangan sebagai hasil dari perhitungan.
2. Untuk pengujian korelasi Chi Kwadrat hanya dapat menunjukkan apakah korelasi antara dua gejala (atau lebih) adalah signifikan atau tidak. Dengan Chi Kwadrat sama sekali tidak dapat diungkapkan kenyataan tentang besar kecilnya korelasi yang diselidiki.
3. Pada dasarnya Chi Kwadrat belum dapat menghasilkan kesimpulan yang memuaskan untuk menyelidiki tabel-tabel kontingensi dengan petak-petak kecil. Korelasi Yates pada umumnya hanya digunakan sekiranya jalan lain tertutup untuk bekerja dengan sampel yang lebih besar. Jika jumlah individu dan sampel cukup banyak, cara membuang atau mengkombinasikan kategori-kategori yang mempunyai petak kecil memberikan hasil yang lebih memuaskan.
4. Chi Kwadrat paling tepat digunakan pada data yang diperoleh dari sampel-sampel dan kategori-kategori yang terpisah satu sama lain. Data ini disebut dengan data kategorik, data distrik dan data nominal.

Adapun rumus tersebut adalah sebagai berikut menurut Sutrisno Hadi (1988:317) :

$$x^2 = \frac{(fo - fh)^2}{fh}$$

Keterangan :

x^2 = Chi Kuadrat

fo = Frekuensi yang diperoleh (observasi dalam) sampel

fh = Frekuensi yang diharapkan dalam sampel yang pencerminan dari frekuensi yang diharapkan dalam populasi.

Untuk mengetahui apakah hasil yang diperoleh adalah signifikan atau tidak, terlebih dahulu dihitung derajat kebebasannya $(dk) = (k-1) (b-1)$ dengan tingkat kepercayaan seperti yang tertera dalam tabel adalah merupakan nilai kritis. Jika nilai x^2 sebenarnya dari hasil perhitungan rumus lebih besar dari nilai

kritis, maka hipotesis nol (H_0) ditolak. Sebaliknya jika lebih kecil dari nilai kritis maka hipotesis nol diterima.

Digunakan rumus Chi Kuadrat masih belum menunjukkan besar kecilnya korelasi tersebut. Maka digunakan rumus Koefisien Kontingensi (C) :

$$C = \frac{X}{N + X} \text{ (Sidney Siegal, 1988:243)}$$

Penggunaan rumus Chi Kwadrat pada penelitian kali ini, dengan 30 responden dari sampel yang diambil dimungkinkan akan ditemui petak kecil yaitu petak yang frekwensi kurang dari 5. Leh karena hi Kwadrat kurang dapat memberikan gambaran yang memuaskan bilamana ada petak kecil dalam tabel kontingensi, maka perlu diadakan suatu koreksi atau penyesuaian seperti pada syarat no 3 yang diusulkan oleh Yates.

Penyesuaian terhadap petak yang kecil itu lebih dahulu sebelum perhitungan Chi Kwadrat dilakukan. Koreksi Yates itu berupa menambahkan terhadap petak yang paling kecil dan menyesuaikan frekwensi-frekwensi lainnya, sehingga jumlah kolom dan jumlah baris sebelum dan sesudah koreksi masih tetap sama. Dengan mengingat koreksi yates hanya dapat dikenakan pada tabel 2x2.

Rumus singkat untuk tabel 2x2 menurut Sutrisno Hadi (1988:328) adalah

$$X = \frac{N(ad - bc)}{(a + b)(c + d)(a + c)(b + d)}$$

Keterangan :

N = Jumlah individu atau subyek

a,b,c, dan d masing-masing adalah frekwensi dalam setiap sel dalam tabel 2x2.

Perhitungan diatas adalah sebagai berikut :

| | Kategori 1 | Kategori 2 | Total |
|-----------|------------|------------|---------|
| Sampel I | | | (a + b) |
| Sampel II | | | (c + d) |
| Total | (a + c) | (b + d) | |

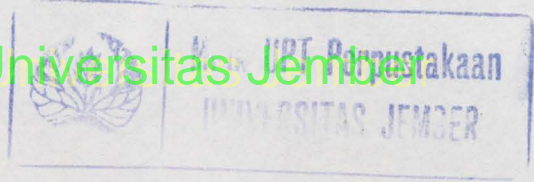
Dari tabel 2x2 (dengan 2 baris dan 2kolom) derajat kebebasan $d.f = (b-1)(k-1)$ dimana $d.f$ = derajat kebebasan, b = baris, dan k = kolom. Dan nilainya untuk tiap-tiap tabel 2x2 $d.f$ nya = 1, yang diperoleh dari $(2-1)(2-1)$

Koefisien korelasi ini hanya bernilai positif, jadi tidak pernah bernilai negatif. Adapun standar koefisien korelasi yang digunakan menurut Sugiyono (2000:183) bernilai antara 0,000 – 1,000 dengan interpretasi koefisien korelasi :

| | |
|---------------|-------------------------|
| 0,000 | : tidak ada hubungan |
| 0,001 – 0,200 | : hubungan sangat lemah |
| 0,201 – 0,400 | : hubungan rendah |
| 0,401 – 0,600 | : hubungan cukup |
| 0,601 – 0,800 | : hubungan kuat |
| 0,801 – 1,000 | : hubungan sangat kuat |

1.8.6 Tahap Penarikan Kesimpulan

Setelah data diolah, langkah terakhir untuk penelitian ini adalah penarikan kesimpulan secara induktif yaitu penarikan kesimpulan dari hal-hal yang bersifat khusus ke umum, karena dari data-data yang diperoleh dengan menggunakan sampel tersebut akan digunakan untuk penilaian keseluruhan populasi.



II. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

2.1. Pengertian Lembaga Dakwah Kampus

Lembaga Dakwah Kampus adalah lembaga yang bergerak dibidang dakwah Islam. Kampus merupakan inti kekuatannya, civitas kampus adalah obyek utamanya dan masjid kampus merupakan sentral kegiatannya. Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember merupakan salah satu Unit kegiatan Mahasiswa (UKM) dilingkungan Universitas Jember yang dikelola oleh mahasiswa Universitas Jember dibawah koordinasi, bimbingan dan pembinaan pembantu Rektor III.

Visi dan Misi

1. Aqidah Islam sebagai pandangan hidup setiap individu muslim yang menyatu dalam pola pikir dan pola sikap.
2. Terhayatinya nilai-nilai Islami di lingkungan kampus.
3. Mencetak generasi muslim yang memiliki syakhshiyah (kepribadian) Islam.
4. Merajut ukhuwah Islamiyyah (misi keumatan)
5. Terbentuknya profesionalitas dan intelektualitas yang Islami dikalangan civitas kampus.

Peran dan Fungsi

Kehadiran Lembaga Dakwah Kampus diharapkan mampu menjadi wadah pembinaan yang kondusif untuk melahirkan generasi umat yang tangguh yang mampu menjalankan profesi akademisnya dengan landasan keimanan dan ketaqwaan. Terbinanya lingkungan kampus yang religius dan terciptanya suasana Ukhuwah Islamiyah merupakan bagian, dari cita-cita panjang Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember, beberapa peran dan fungsi Lembaga Dakwah Kampus diantaranya :

1. Pelayanan dan pemberdayaan potensi umat, terutama civitas akademika.
2. Pembinaan umat dalam rangka mencetak kepribadian Islam.
3. Pengkajian Islam dan issue strategis.

Aktivitas

Aktivitas yang sering dilakukan oleh Lembaga Dakwah Kampus diantaranya :

1. Qiro'atul Mujawwadah

Kegiatan ini diselenggarakan untuk membekali dan meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam membaca Al-Qur'an secara benar dan baik makhrujul hurufnya maupun tajwidnya.

2. Kajian Dhuha dan kajian Islam Thematik

Penambahan wawasan dan solusi Islam atas problem kontemporer akan didapatkan dalam acara yang menghadirkan nara sumber dari dosen agama Islam, mubaligh terkemuka dan tokoh masyarakat. Acara digelar setiap hari ahad pagi di masjid kampus Al Hikmah Universitas Jember.

3. Pembinaan Agama Islam

Kegiatan ini dimaksudkan untuk meningkatkan pemahaman dien Islam dikalangan mahasiswa khususnya dan civitas akademika umumnya. Intensitas kegiatan sekali dalam seminggu. Dengan waktu pelaksanaan sesuai dengan kesepakatan. Materi yang dibahas meliputi : aqidah Islam, syari'ah, sirah nabawiyah, fiqh da'wah, ahlaq, ibadah, tafsir, politik dan lain sebagainya.

4. Bahasa Arab

Kursus ini dimaksudkan untuk meningkatkan kemampuan bahasa Arab, baik kemampuan menulis, membaca atau berbicara bahasa arab. Kegiatan ini dibagi dalam beberapa kelas sesuai dengan tingkat kemampuan peserta. Diselenggarakan dua kali seminggu, sesuai jadwal ta'lim masing-masing kelas.

5. Kajian keputrian dan Bina Muslimah

Bentuk kajian keputrian berupa Dialog Fiqih Wanita, Forum Akhwat dan lainnya. Kegiatan ini dilakukan setiap bulan atau dua bulan sekali, yang diselenggarakan di masjid kampus Al-Hikmah. Bina muslimah dimaksudkan untuk membekali mahasiswi dengan ketrampilan-ketrampilan yang dapat membantu dalam menjalankan fungsi dirinya sebagai muslimah. Adapun bentuk kegiatan yang diadakan berupa training tata boga, kreasi Muslimah dan lain-lain.

Tinjauan Struktural

Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember adalah Unit Kegiatan Mahasiswa yang berada langsung dibawah koordinasi, bimbingan, serta tanggungjawab Pembantu Rektor III, yang dibantu oleh tim pembina Lembaga Dakwah Kampus terdiri dari :

1. Drs. H. M. Syafi'i Noer
2. Drs. Ichwan S. Azis M.Hum
3. Drs. H. Alfani Jamil
4. Drs. Mahfudz Shidiq
5. Drs. Anwar Razaq

Untuk mempermudah pengkoordinasian, maka dalam melaksanakan kegiatannya Lembaga Dakwah Kampus secara struktural dibagi atas bidang-bidang yang meliputi :

Bidang Pendidikan

Bidang pendidikan meliputi beberapa departemen yang ada dibawahnya dan bertanggung jawab langsung terhadap kegiatan masing-masing :

Departemen Pembinaan dan Pengkajian

Bertugas dan bertanggung jawab dalam hal :

1. Merencanakan dan melaksanakan pembinaan agama Islam untuk meningkatkan pemahaman terhadap dien Islam.

2. Melaksanakan kegiatan keagamaan di kampus atau fakultas bekerja sama dengan dosen agama Islam, UKKI fakultas, Mabinwa.
3. Merencanakan dan melaksanakan kajian-kajian Islam, seperti kajian Islam Kontemporer, Kajian Islam Konstruktif, Bedah Buku dan lain-lain.
4. Merencanakan dan menyelenggarakan training-training pengembangan wawasan berfikir seperti Kepemimpinan dan Manajemen Dakwah dan sebagainya.

Departemen Tsaqofah

Bertugas dan bertanggungjawab dalam hal :

1. Merencanakan dan melaksanakan kursus dan training yang bertujuan untuk mengembangkan tsaqofah Islam.
2. Menyenggarakan kursus baca tulis Al- Qur'an, Mutsabaqoh Tilawatil Qur'an.

Departemen Studi dan Aplikasi Ekonomi Islam

Bertugas dan bertanggungjawab dalam hal :

1. Merencanakan dan melaksanakan kajian ekonomi Islam.
2. Melakukan usaha-usaha pemberdayaan ekonomi umat terutama dilingkungan civitas akademika Universitas Jember.

Bidang Pengembangan

Departemen Ekstern

Bertugas dan bertanggungjawab dalam hal :

1. Menjalani komunikasi dengan pihak-pihak yang mempunyai relevansi dengan lembaga, seperti Senat mahasiswa fakultas, Ormas atau lembaga Islam, pondok pesantren dan tokoh masyarakat.
2. Menyenggarakan kegiatan lain yang mendukung tugas diatas.

Departemen Pers dan Analisa Data (Persada)

Bertanggungjawab dalam hal :

1. Mengupayakan media penyebaran fikrah Islam, jalinan informasi dan komunikasi melalui tulisan, seperti majalah dinding, penulisan artikel, majalah dan lainnya.
2. Penyebaran training jurnalistik Islam
3. Pengadaan siaran pres dan publikasi lain untuk mendukung penciptaan opini kelembagaan.

I. Departemen Sarana Usaha

1. Mengupayakan pengadaan sarana-sarana penunjang aktifitas lembaga dan mobilisasi dana, adapun bentuk kegiatan yang dilaksanakan seperti Koperasi Al Hikmah, Kursus Komputer dan lainnya.
2. Menyelenggarakan kegiatan penunjang seperti Islamic Expo, Bursa Ramadhan dan pameran lainnya.

II. Bidang Kemuslimahan

Departemen Studi Muslimah

Bertanggungjawab dalam hal :

1. Merencanakan dan melaksanakan kajian kemuslimahan, seperti Dialog Fiqh Wanita, Seminar keputrian, dan lainnya
2. Menyelenggarakan kegiatan pengembangan dan pemberdayaan muslimah melalui studi seputar problem muslimah.
3. Menjalin komunikasi antar pengurus kemuslimahan di lembaga lain.

III. LITBANG LDK

Tim litbang mempunyai fungsi utama sebagai pengarah dan penasehat terhadap aktivitas-aktivitas yang diselenggarakan oleh Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember.

2.2 Data Umum Mahasiswa Anggota UKMKI Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember

Pada semester genap tahun akademik 2000/2001 jumlah mahasiswa yang terdaftar menjadi anggota Lembaga dakwah Kampus sebanyak 300 mahasiswa dari 13.034 mahasiswa muslim yang ada di Universitas Jember. Dengan jumlah mahasiswa pria sebanyak 84 mahasiswa dan wanita sebanyak 216 mahasiswa.

Dari keseluruhan mahasiswa anggota Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember tersebut, berasal dari berbagai fakultas yang ada di Universitas Jember, dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 1. Mahasiswa anggota Lembaga Dakwah Kampus Pada Semester Genap Tahun Akademik 2000/2001

| No | Fakultas/Program | Pria | Wanita | Pria + Wanita |
|--------|---------------------|------|--------|---------------|
| 1 | Hukum | 3 | 24 | 27 |
| 2 | FISIP | 5 | 16 | 21 |
| 3 | Pertanian | 2 | 30 | 32 |
| 4 | Ekonomi/ Ekstensi | 20 | 12 | 32 |
| 5 | FKIP | 38 | 54 | 92 |
| 6 | Sastra | 1 | 14 | 15 |
| 7 | Teknologi Pertanian | 4 | 26 | 30 |
| 8 | Kedokteran Gigi | - | 9 | 9 |
| 9 | Kedokteran Umum | 2 | 3 | 5 |
| 10 | MIPA | 5 | 20 | 25 |
| 11 | D3 Ekonomi | 4 | 2 | 6 |
| 12 | D3 FISIP | - | 4 | 4 |
| 13 | D3 Sastra | - | 2 | 2 |
| Jumlah | | 84 | 216 | 300 |

Sumber : Bagian Registrasi dan Statistik LDK th.2000

Sebagian besar asal fakultas dari mahasiswa berasal dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan baik mahasiswa pria ataupun wanitanya. Dari keseluruhan jumlah mahasiswa muslim tersebut pada semester genap tahun akademik 2000/2001 berdasarkan asal dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 2. Daerah Asal Mahasiswa Universitas Jember

| No | Daerah asal | Jumlah pria | Jumlah wanita |
|--------|-------------|-------------|---------------|
| 1 | Jawa Timur | 46 | 125 |
| 2 | Jawa Tengah | 25 | 53 |
| 3 | Jawa Barat | 10 | 26 |
| 4 | Luar Jawa | 3 | 12 |
| Jumlah | | 84 | 216 |

Sumber: bagian Registrasi dan Statistik LDK th. 2001

Sedangkan keadaan orang tua atau wali mahasiswa menurut mata pencarian meliputi :

Tabel 3. Mata Pencarian Orang Tua/ Wali Mahasiswa

| No | Jenis Pekerjaan | Jumlah | Prosentase |
|--------|-----------------|--------|------------|
| 1 | Petani | 127 | 42,24 |
| 2 | Tenaga medis | 31 | 10,32 |
| 3 | Pegawai Negeri | 70 | 23,30 |
| 4 | POLRI/TNI | 25 | 8,08 |
| 5 | Wiraswasta | 30 | 10,07 |
| 6 | Pensiunan | 17 | 5,90 |
| Jumlah | | 300 | 100% |

Sumber : Bagian Registrasi dan Statistik LDK th. 2001

III. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Umum Responden

Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Jember yang ikut dalam Uit Kegiatan Mahasiswa Kerohanian Islam Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember pada semester genap tahun akademik 2000/2001. Sesuai dengan tujuan, maka responden dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu mahasiswa pria dan wanita. Kemudian hasil distribusi frekuensi responden masing-masing kelompok dilakukan berdasarkan jumlah kuisioner yang kembali.

Dari seluruh mahasiswa yang menjadi responden penelitian ini dari dua kelompok ternyata sebagian besar adalah wanita sebanyak 56,7% sedangkan pria sebanyak 43,3%.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah | Prosentase |
|---------------|--------|------------|
| Wanita | 17 | 56,7 |
| Pria | 13 | 43,3 |
| Jumlah | 30 | 100% |

Sumber : Data diolah

Dari tabel 5 terlihat bahwa sebagian besar responden berusia antara 22-24 tahun masing-masing 53% atau 16 mahasiswa. Hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden memiliki usia yang cukup dewasa untuk mengambil sebuah keputusan. Kemudian menduduki peringkat kedua adalah responden yang berusia antara 19-21 tahun sebanyak 36,7%.

Tabel 5. Distribusi frekuensi Responden Berdasarkan Usia

| Interval Usia | Wanita | Pria | Prosentase |
|---------------|--------|------|------------|
| 19 – 21 | 7 | 4 | 36,7 |
| 22 – 24 | 7 | 9 | 53,3 |
| 25 – 27 | 3 | - | 10,0 |
| Jumlah | 17 | 13 | 100 |

Sumber: Data diolah

Hasil distribusi frekuensi berdasarkan semester yang sedang ditempuh oleh para responden (tabel 6) menunjukkan bahwa banyak responden yang sudah menjadi anggota dalam kegiatan kerohanian islam pada saat mereka duduk di semester VI(40%), atau sebanyak 12 orang.

Tabel 6. Distribusi frekuensi Responden Berdasarkan Semester

| Semester | Wanita | Pria | Prosentase |
|----------|--------|------|------------|
| II | - | - | - |
| IV | 2 | 1 | 20 |
| VI | 5 | 7 | 40 |
| VIII | 5 | 3 | 26,7 |
| X | 2 | 2 | 13,3 |
| XI | 3 | - | 10 |
| Jumlah | 17 | 13 | 100 |

Sumber : Data diolah

Selanjutnya pada tabel 7 ditunjukkan hasil distribusi frekuensi dari fakultas asal responden, dalam tabel terlihat bahwa untuk mahasiswa sebagian besar berasal dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (33,3%). Selanjutnya dari Fakultas Ekonomi sebanyak 26,8% yang jumlahnya cukup banyak adalah berasal dari Fakultas pertanian yaitu 23,3%. Sedangkan mahasiswa lainnya berasal dari fakultas yang ada di Universitas Jember dari berbagai program diploma Bahasa Inggris yang berada dibawah fakultas Sastra.

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Fakultas

| Fakultas | Wanita | Pria | Prosentase |
|------------|--------|------|------------|
| Ekonomi | 6 | 2 | 26,3 |
| FKIP | 5 | 5 | 33,3 |
| Pertanian | 4 | 3 | 23,3 |
| Sastra | - | 1 | 3,3 |
| Kedokteran | 2 | 1 | |
| Diploma | - | 1 | 3,3 |
| Jumlah | 17 | 13 | 100 |

Sumber: Data diolah

Dari keseluruhan responden yang diteliti diperoleh hasil bahwa 56,7% merupakan mahasiswa yang berasal dari Jawa Timur. Dan responden yang berasal dari pulau luar Jawa hanya sebanyak 6,7% dan semuanya aktif dalam kegiatan kerohanian Islam. Untuk daerah Jawa Barat ada 23,3% atau 7 mahasiswa.

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Daerah Asal

| Daerah Asal | Wanita | Pria | Prosentase |
|-------------|--------|------|------------|
| Jatim | 8 | 9 | 56,7 |
| Jateng | 3 | 1 | 13,3 |
| Jabar | 4 | 3 | 23,3 |
| Luar Jawa | 2 | - | 6,7 |
| Jumlah | 17 | 13 | 100 |

Pada table 9 dapat dilihat 73,4% responden tinggal di rumah kost yang banyak terdapat disekitar kampus. Jumlah tersebut adalah mereka yang berasal dari luar daerah Jember. Namun ada juga beberapa responden yang sebenarnya berasal dari kota Jember, tetapi karena letak rumahnya yang jauh dari kampus, sehingga memperkecil biaya transportasi yang dikeluarkan, mereka cenderung memilih untuk tinggal di rumah kost yang sewa tiap bulannya antara Rp.50.000-Rp. 200.000. Jumlah responden yang tinggal dengan orangtua ada sekitar 20% atau 6 orang baik dari pria ataupun wanita. Ada juga responden yang tinggal di rumah sendiri atau kontrakan sebanyak 6,6% atau 2 mahasiswa.

Tabel 9. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Status Rumah Tinggal

| Status Rumah | Wanita | Pria | Prosentase |
|--------------|--------|------|------------|
| Orang tua | 3 | 3 | 20,0 |
| Kontrakan | 2 | - | 06,6 |
| Kost | 12 | 10 | 73,4 |
| Jumlah | 17 | 13 | 100 |

Sumber: Data diolah

Terkait dengan pengadaan biaya hidup dan biaya perkuliahan berasal dari orang tua, bekerja ataupun sumber pembiayaan lainnya. Untuk yang sudah bekerja sebanyak 2 responden, dan untuk yang mendapatkan sumber pembiayaan dari orang tua sebanyak 90,1% atau 28 orang. Jumlah ini adalah yang terbesar dibandingkan dengan sumber pembiayaan yang berasal dari lain-lain yaitu 3,3%.

Tabel 10. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Sumber Biaya

| Sumber Biaya | Wanita | Pria | Prosentase |
|--------------|--------|------|------------|
| Orang tua | 15 | 12 | 90,1 |
| Bekerja | 2 | - | 06,6 |
| Lain-lain | - | 1 | 03,3 |
| Jumlah | 17 | 13 | 100 |

Sumber : Datadiolah

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jumlah

Kiriman/Penghasilan Setiap Bulan

| Jumlah Kiriman | Wanita | Pria | Prosentase |
|----------------------------|--------|------|------------|
| < Rp.200.000 | 7 | - | 23,3 |
| Rp.200.000 – Rp.500.000 | 9 | 11 | 66,6 |
| >Rp.500.000 | 1 | 2 | 10,1 |
| Jumlah | 17 | 13 | 100 |

Sumber: Data diolah

Jumlah uang saku atau kiriman digunakan oleh para responden setiap bulannya bermacam-macam. Ada yang berkisar antara Rp.200.000 sampai dengan

Rp. 500.000 tiap bulannya yaitu sebanyak 66,6%. Dan ada pula yang lebih dari Rp. 500.000 tiap bulannya yaitu 10,1% atau 3 orang responden. Dengan jumlah uang saku yang ada tersebut sudah dapat memenuhi kebutuhan hidupnya selama satu bulan. Hal ini dapat dilakukan karena tingkat perekonomian di kota Jember masih tergolong murah bagi mahasiswa bila dibandingkan dengan kota lain seperti Surabaya, Malang dan Bandung. Dengan pertimbangan itu juga ada 23,3% mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian ini mendapatkan kiriman kurang dari Rp. 200.000 tiap bulannya.

3.2 Interpretasi Data dan Uji Korelasi

Interpretasi hasil penelitian mengenai jumlah responden yang membeli dan tidak membeli mie instan baik yang ada label halal maupun yang tidak ada label halalnya serta masing-masing alasan keputusan untuk membeli tersebut yang dimaksudkan dalam penelitian ini akan diuraikan dan dianalisis uji hubungan (korelasi) dengan alat uji statistik berupa chi kuadrat dan untuk mengukur kuat lemahnya hubungan tersebut digunakan rumus koefisien kontingensi.

3.2.1 Jumlah Responden Yang Membeli dan Tidak Membeli Mie Instan Yang Ada dan Tidak Ada Label Halal

Berbagai keputusan pembelian dari 30 responden dalam penelitian ini pada dasarnya adalah keputusan untuk membeli atau tidak membeli, antara lain sebagai berikut :

Tabel 12. Jumlah Responden Yang Membeli dan Tidak Membeli Mie Instan Yang Ada dan Tidak Ada Label Halal

| Label Halal | Keputusan | Jumlah | Persentase |
|--------------|---------------|--------|------------|
| ☑. Ada | Membeli | 14 | 46,75 |
| | Tidak membeli | 5 | 16,76 |
| ☒. Tidak Ada | Membeli | 3 | 10,00 |
| | Tidak membeli | 8 | 26,49 |
| Jumlah | | 30 | 100 |

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 12, kita ketahui 46,75% membeli mie instan yang ada label halalnya atau ada 14 responden yang cenderung membuat keputusan untuk membeli mie instan yang ada label halalnya.

Seperti halnya keputusan membeli mie instan yang ada label halalnya, keputusan untuk membeli mie instan yang tidak ada label halalnya ada 10,00% dari keseluruhan responden atau ada 3 orang yang mengambil keputusan untuk membeli mie instan yang tidak ada label halalnya.

Keputusan untuk tidak membeli baik mie instan yang ada maupun yang tidak ada label halalnya ada 16,76% untuk yang ada label halal dan 26,49% untuk yang tidak ada label halalnya. Secara bilangan ada 5 orang yang tidak membeli mie instan yang ada label halalnya dan ada 8 orang yang tidak membeli mie instan yang tidak ada label halalnya.

3.2.2 Uji Korelasi

Dari data-data yang terkumpul, maka dilakukan analisis statistik berupa Chi Kwadrat (X^2). Analisis Chi Kwadrat adalah analisis data uji independensi dimana satu variabel tidak dipengaruhi atau tidak ada hubungan dengan variabel lain.

Dari keseluruhan data yang telah diolah diperoleh data sebagai berikut :

A. Data Yang Di Peroleh Berdasarkan Kuisisioner

| Keputusan | Beli | Tidak Beli | Jumlah |
|-------------|------|------------|--------|
| Label Halal | | | |
| Ada | 14 | 5 | 19 |
| Tidak Ada | 3 | 8 | 11 |
| Jumlah | 17 | 13 | 30 |

B. Data setelah disesuaikan

| Keputusan | Beli | Tidak Beli | Jumlah |
|-------------|------|------------|--------|
| Label Halal | | | |
| Ada | 13,5 | 5,5 | 19 |
| Tidak Ada | 3,5 | 7,5 | 11 |
| Jumlah | 17 | 13 | 30 |

Setelah data diperoleh, selanjutnya dilakukan perhitungan dengan rumus :

$$X^2 = \frac{\sum (fo - fh)^2}{fh}$$

Atau

$$X^2 = \frac{N (ad - bc)^2}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)} \quad (\text{Sutrisno Hadi 1988 : 328})$$

$$X^2 = \frac{30 [(13,5)(7,5) - (5,5)(3,5)]^2}{(19)(11)(17)(13)}$$

$$= \frac{30 [(101,25) - (19,25)]^2}{46189}$$

$$= \frac{30 (82)^2}{46189}$$

$$= \frac{201720}{46189}$$

$$= 4,367$$

Menentukan signifikan X^2 observasi dengan acuan tabel harga X^2 , jika harga observasi X^2 sama atau lebih dari yang ditentukan pada tabel tersebut untuk signifikansi itu dalam d.b tertentu pula, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan dalam penelitian ini d.b = 1 dan taraf signifikasinya 5% atau 0,05. Dari tabel diperoleh nilai 3,841, sedangkan hasil perhitungan sebesar 4,367. Dari hal ini jelaslah bahwa $H_0 < H_a$. Sehingga hipotesis kerja yang menyatakan ada hubungan antara keberadaan label halal dengan keputusan untuk membeli mie

instan dilingkungan mahasiswa Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember terbukti.

Selanjutnya mencari kuat lemahnya hubungan tersebut dengan menggunakan rumus koefisien kontingensi :

$$\begin{aligned} C &= \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + N}} \\ &= \sqrt{\frac{(4,367)^2}{(4,367)^2 + 30}} \\ &= \sqrt{\frac{19,070}{49,070}} \\ &= \sqrt{0,388} \\ &= 0,623 \end{aligned}$$

Koefisien kontigensi (C) yang diperoleh adalah 0,623 berarti berkisar antara 0,601 – 0,800 sehingga hal tersebut menunjukkan hubungan yang kuat.

Dengan demikian hubungan keberadaan label halal dengan keputusan untuk membeli mie instan dilingkungan mahasiswa Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember telah terbukti. Hal tersebut terlihat dengan ditolaknya hipotesis nol (H_0) dan diterimanya hipotesis kerja (H_a) dengan korelasi yang kuat yaitu sebesar 0,623.

3.2.3 Analisis Hubungan Keberadaan Label Halal Dengan keputusan Untuk Membeli Mie Instan Di Lingkungan Mahasiswa Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember

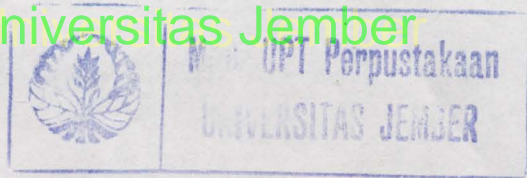
Pengertian keberadaan label halal yang berkaitan dengan penelitian ini terdapatnya cap atau stempel halal pada kemasan luar mie instan yang banyak beredar dikalangan mahasiswa pada khususnya dan di masyarakat pada umumnya.

Dari hasil perhitungan uji korelasi dengan menggunakan Chi Kwadrat diperoleh hasil sebesar 4,367. Angka korelasi tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan keberadaan label halal dengan keputusan pembelian. Hal ini terbukti dari nilai kontingensi yang diperoleh 0,623 yang berarti hubungan kuat.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bagi mahasiswa Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember keberadaan label halal dengan keputusan pembelian adalah kuat. Dari hasil observasi yang telah dilakukan hal tersebut memang terlihat dalam melakukan pembelian para mahasiswa tersebut sebelumnya telah melakukan pengecekan mengenai ada tidaknya label halal pada pada mie instan yang mereka konsumsi ataupun pada makanan dan minuman lainnya. Selain itu mereka juga sering mencari informasi baik melalui media massa yang ada atau rekan sesama mahasiswa lainnya tentang keberadaan label halal.

Informasi yang mereka peroleh tersebut adalah sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan pembelian suatu produk. Kemudian apa yang mereka peroleh dari pendalamannya mengenai ajaran agama Islam tersebut melekat dalam kehidupan sehari-hari sebagaimana yang ditulis oleh Pride dan William (1992:995) bahwa jika nilai-nilai agama yang ada pada diri konsumen berubah maka hal itu akan menciptakan perubahan pada kebutuhan yang disesuaikan dengan adanya perubahan tersebut.

Dengan demikian adanya perubahan kebutuhan masyarakat akan produk makanan dan minuman yang halal dapat terpenuhi dengan adanya produk-produk yang berlabel halal.



IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

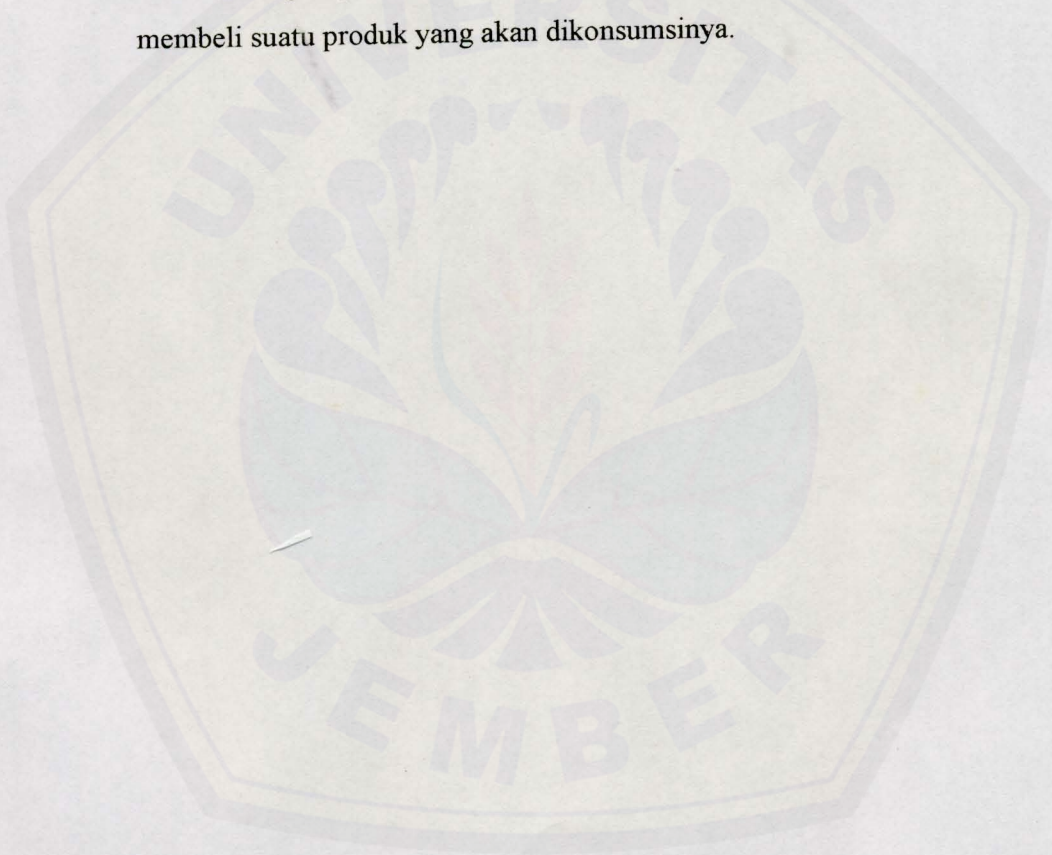
Dari semua analisis dan keseluruhan data yang telah diperoleh, didapatkan kesimpulan bahwa ada hubungan antara pencantuman label halal dengan keputusan untuk membeli mie instan di lingkungan mahasiswa Lembaga Dakwah kampus. Dan dengan berdasarkan uji korelasi dengan menggunakan Chi Kwadrat telah diperoleh nilai 4,367. Angka ini menunjukkan bahwa hipotesis kerja (H_a) yang diajukan dalam penelitian ini diterima dengan koefisien kontingensi sebesar 0,623 yang menunjukkan hubungan kuat antara dua variabel keberadaan label halal dengan keputusan untuk membeli.

4.2 Saran

1. Dengan diketahuinya bahwa keberadaan label halal ada hubungan dengan keputusan untuk membeli di kalangan masyarakat muslim maka diharapkan produsen dan calon produsen produk-produk makanan agar lebih memperjelas informasi mengenai produknya.
2. Mengingat kondisi sebagian besar penduduk Indonesia adalah muslim, wajar bila semua bahan yang diproduksi dan diedarkan di Indonesia harus makanan dan minuman yang halal, kecuali makanan dan minuman yang ditujukan bagi non muslim dengan label "haram bagi umat Islam" sehingga hanya sedikit makanan dan minuman yang dilabeli.
3. Produsen harus memiliki sistem jaminan halal dan lebih hati-hati dalam penerapannya. Sistem ini identik dengan sistem jaminan mutu yang diterapkan standar ISO. Dalam sistem ini, komitmen produsen dinyatakan dalam kebijakan mutu, kemudian dijabarkan lebih lanjut dalam manual mutu dan SOP (standard Operating Procedure). Setiap produsen juga harus memiliki pedoman halal yang berisi petunjuk soal barang haram, apa-apa saja barang haram yang secara umum dan secara khusus, dalam bentuk data base. Hal ini agar memudahkan siapa saja memilih bahan halal.

Digital Repository Universitas Jember

4. Penerapan halal Analysis Critical Control Point juga perlu dilakukan, sehingga titik-titik kritis ketika suatu produk akan menjadi haram sangat diperhatikan.
5. Konsumen harus lebih kritis dan peduli karena masih banyak makanan dan minuman yang haram yang beredar disekeliling kita. Selain itu konsumen muslim juga harus menuntut haknya kepada pemerintah agar bahan pangan, makanan dan minuman yang beredar di Indonesia harus halal, kecuali yang ditujukan bagi non muslim.
6. Setiap muslim harus belajar dan mendalami hukum-hukum Islam agar semakin banyak pertimbangan yang tepat sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk yang akan dikonsumsinya.



DAFTAR PUSTAKA

- Angel, J.F. R. Blackwell dan P. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Bakry, O. 1984. *Tafsir Rahmat*. Jakarta: Mutiara.
- Edi. 1996. "Korban Jiwa Dalam Demonstrasi Halal". Dalam *Pikiran Rakyat*, 23 Desember. Jakarta: Halaman 4.
- Hepi. 1996. "Info Halal". Dalam *Republika*. 27 Desember. Jakarta: Halaman 1.
- Kotler, P. 1996. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo..
- Machin, D dan Michael J Chambell. 1987. *Statistical Tables for The Design of Chincinal Trials*. Oxford London Edinburgh Boston Polo Alto Melboure: Blackwell Scientific Publications
- Mangkunegara, A. 1988. *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Erisco Bandung.
- Nurmah, Urfi dan Zulfa. 2001. "Ajinomoto = Back To Syaithon". Dalam *Sabili*. 31 Januari. Jakarta: Halaman 18-21.
- Poernomo. 1996. "Seputar Masalah Label Halal". Dalam *Gatra No. 06/III*. 28 Desember. Jakarta: Halaman 3-6.
- Rasad, A. R. Sugih dan M. Arifin Suryadi. 1989. *Islam Untuk Disiplin Ilmu Gizi*. Jakarta: Departemen Agama RI.
- Singarimbun, M dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Siegal, S. 1992. *Statistik Non Parametik edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia
- Siegal, S. Castelan dan John N. Jr. 1989. *Non Parametric Statistic for Behavioral Scientist*. Singapore: Mc Graw-Hill.
- Swastha, B dan T. Hani Handoko. 1987. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Tim Universitas Jember. 1998. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: Badan Penerbit Universitas Jember.
- William, P dan O.C. Ferrel. 1995. *Pemasaran Teori dan Praktek Sehari-hari*. Jakarta: Binarupa Aksara.