

PENGARUH SERTIFIKAT HALAL TERHADAP TINGKAT PENJUALAN AYAM SEGAR PT. ADIL MART PONTIANAK

ANA YULIANA

Dosen Tetap

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 'Indonesia' Pontianak

Keyword: *Halal certification; Sale quantity.*

Abstract: *In this papers, we investigates relation between Halal Certified and sale quantity. This study use chi square analysis to provide result about the set of problem. Based on study analysis, that any relation between Halal certified and sale quantity. From chi square analysis found $X^2_{statistic} (63.663,35) > X^2_{table} (19,68)$, that mean any relation between Halal certified and sale quantity.*

PENDAHULUAN

Di Kalimantan Barat penjualan ayam segar sangat berpotensi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dimana pola pikir masyarakat, ayam segar dapat dibeli di pasar-pasar tradisional. Berdasarkan hasil survey pedagang ayam segar di pasar tradisional pemotongan ayam segar masih belum hygiene sanitasinya, sehingga masih belum memenuhi kriteria dari Dinas Kesehatan Hewan Provinsi Kalimantan Barat. Sedangkan ayam segar hampir setiap hari diperlukan pada setiap keluarga. Disamping itu Kalimantan Barat sangat berpotensi untuk memproduksi ayam segar, mengingat ayam segar merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat di Kalimantan Barat.

Perkembangan perekonomian dan situasi kompetisi bisnis yang semakin keras, sehingga perlu kejelian tersendiri dalam memilih dan menjalankan suatu bidang usaha untuk meminimalkan resiko kerugian dalam berbisnis. Bisnis yang dipilih investor, pada umumnya merupakan bidang yang telah dikuasai atau bidang yang disenangi. Bisnis rumah potong ayam merupakan pilihan yang tepat di tengah situasi perekonomian dan perkembangan jumlah penduduk.

Alasan mendasar bagi pemilihan bisnis rumah potong ayam adalah "orang perlu makan untuk hidup" sehingga hal tersebut menjadikan alasan mengapa harus mengembangkan bisnis rumah potong ayam. Selain itu dengan membuka Rumah Potong Ayam berarti telah membuka lapangan kerja baru bagi angkatan kerja, memanfaatkan produk pengrajin, petani dan peternak dalam negeri, menghasilkan bahan baku lokal menjadi produk yang lezat, sehat, nikmat, bergizi, aman & halal bagi masyarakat.

Menurut Handoko (2000:58) perkembangan dan kemajuan suatu perusahaan banyak ditentukan oleh kemampuan manajemennya dalam melaksanakan tugas dan fungsinya sesuai dengan tujuan organisasi. Selain itu berdasarkan perkembangan zaman, saat ini dunia usaha telah mengalami banyak sekali perkembangan yang pesat, mengakibatkan para persaingan di dalam dunia usaha harus mampu bersaing dengan ketat untuk memperebutkan pangsa pasar harus bisa menguasai dunia usaha.

Agar setiap perusahaan dapat mengantisipasi perkembangan dunia usaha yang terjadi, maka perusahaan harus bisa mempelajari strategi penjualan yang dikembangkan dan sesuai dengan kondisi dan selera pasar yang berubah dari waktu ke waktu sesuai perkembangan zaman dan menjadi suatu tantangan yang sangat berat bagi pihak manajemen penjualan untuk menguasai teknik penjualan dan konsep yang tepat sehingga akan tetap bertahan dalam persaingan antar kompetitor dan tetap berkembang untuk masa yang akan datang.

Kegiatan penjualan ini mutlak diperlukan oleh sebuah perusahaan sebab kegiatan ini memegang peranan penting agar aktivitas penjualan dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan dan yang diinginkan. Dengan sertifikat halal, diharapkan adanya peningkatan volume penjualan yang diikuti dengan meningkatnya pendapatan perusahaan dan untuk kemajuan perusahaan. Dengan laba yang tinggi, perusahaan dapat bertahan dan kelangsungan hidup perusahaan dapat terjamin serta dapat menguasai pangsa pasar sekaligus dapat mensejahterakan karyawan dan mengurangi pengangguran.

Sertifikat Halal memang memegang peranan yang sangat penting dalam rangka merealisasikan pencapaian tujuan penjualan perusahaan. Dalam penjualan terdapat empat (4) unsur utama dalam penjualan yaitu produk, harga, promosi, dan saluran distribusi. Kemampuan perusahaan dalam menentukan kombinasi faktor - faktor tersebut dengan tepat akan membawa hasil yang baik dan maksimal dalam pencapaian tujuan perusahaan. Variabel produk, promosi, harga dan saluran distribusi adalah variabel - variabel pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran, sedangkan variabel - variabel yang tidak dapat dikendalikan adalah pesaing, selera konsumen serta peraturan pemerintah.

Karakter dan perilaku konsumen yang berbeda beda disebabkan oleh faktor - faktor seperti faktor kebudayaan, sosial, dan psikologis . Salah satu faktor sosial yang mempengaruhi karakter dan perilaku konsumen adalah lingkungan tempat dimana mereka tinggal, lingkungan akan sangat mempengaruhi karakter mereka, seperti apa lingkungan tempat mereka tinggal, seperti itulah sifat yang akan mereka bawa dalam kehidupan sehari hari mereka. Sedangkan salah satu faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah aspek persepsinya. Persepsi ini bisa berasal dari berbagai hal seperti persepsi yang dialami sendiri, persepsi yang muncul dari hasil mendengarkan orang lain, fakta yang berasal dari tidak keluar dari zona nyaman dan persepsi bila berawal dari wawasan yang sempit.

Pada umumnya, tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan ialah untuk memperoleh volume penjualan yang tinggi. Maka dari itu pihak manajemen harus memilih strategi penjualan yang lebih baik untuk menarik konsumen baru dan tetap mempertahankan konsumen lama. Agar dapat mencapai tujuan tersebut, tentunya perusahaan harus memiliki strategi yang jitu dan produk yang berkualitas serta pelayanan yang optimal untuk konsumen.

Dalam pembuatan produk yang berkualitas dan terjamin mutunya, perusahaan harus dapat menyesuaikannya dengan kebutuhan, keinginan dan selera konsumen, hal ini dilakukan agar perusahaan tetap memiliki daya saing yang tinggi dengan para pesaing yang ada didalam pasar persaingan.

Perusahaan juga harus dapat melihat dan membandingkan produk yang dihasilkan baik dalam masalah produk, harga, promosi, pendistribusian dan mutu yang baik yang ada pada pesaing. Dengan mengetahui kelemahan dari pesaingnya,

perusahaan dapat memperbaiki dan membuat keunggulan dari suatu produk yang dihasilkannya. Untuk itu perusahaan dituntut untuk dapat menciptakan strategi penjualan yang berkesinambungan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. selain itu perusahaan juga harus dapat memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya agar konsumen merasa lebih nyaman dan daya beli konsumen meningkat dan menumbuhkan rasa aman dalam mengkonsumsi produk tersebut.

Setiap perusahaan tentunya memiliki strategi penjualan yang berbeda beda. Dalam kesempatan ini saya selaku penulis akan melakukan penelitian terhadap Analisis Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Tingkat Penjualan Ayam Segar Di Kalimantan Barat Pada PT.Adilmart. PT.Adilmart adalah perusahaan yang bergerak dibidang Rumah Pemotongan Ayam dan Industri Olahan Pangan Asal Hewan di bawah kelompok usaha Group CCK Freshmart Kuching Malaysia, yang berlokasi di Jalan Khatulistiwa No. 262 KM, 2,4 Siantan Hilir Kota Pontianak, Provinsi Kalimantan Barat, Indonesia. Dengan kantor pusat beralamat di Jalan KH. A.Dahlan No. 56 B Pontianak.

PT. Adilmart berawal didirikan di Kota Pontianak, Provinsi Kalimantan Barat, tahun 2008. Pendiri perusahaan adalah Mr. Tiong Su Ko sebagai Owner kebangsaan Malaysia dan Mr. Wong Hua Tiing kebangsaan Malaysia sebagai pelaksana operasional perwakilan di Indonesia menjabat Presiden Direktur PT Adilmart. Usaha PT Adilmart yang operasi pertama kali pada awal 2008 adalah divisi rumah pemotongan ayam Semi Modern dan distributor makanan dan daging beku. Tatkala perusahaan yang baru berdiri kapasitas pemotongan perhari rata-rata 100 – 300 Ekor/hari. Dengan jumlah karyawan RPU saat itu 6 orang karyawan. Kemudian hasil produksi ayam segarnya di distribusikan ke PT Freshmart Indobest Pontianak sebagai mitra perusahaan, Hotel, Catering, rumah makan dan Restoran Fast Food.

Sejalan dengan perkembangan pasar hingga tahun 2012 dan penerapan system jaminan mutu, serta pengawasan kesehatan hewan oleh dokter hewan perusahaan dan Sertifikat Halal dari Lembaga Pengkajian Pangan Obat – Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) Provinsi Kalimantan Barat pemotongan mulai ada peningkatan rata-rata 1500 - 2000 ekor/hari, dengan jumlah karyawan 18 orang. Hingga saat ini, PT Adilmart RPU selalu melakukan perbaikan-perbaikan secara berkala dalam system manajemen mutu serta hygiene sanitasi. Juga mendapatkan pengawasan dan bimbingan langsung dari Dinas Pertanian, perikanan dan kehutanan Kota Pontianak dan Dinas Peternakan Kesehatan Hewan Provinsi Kalimantan Barat.

Setelah berkembang selama lebih dari 5 tahun, bisnis Ayam Segar PT. Adilmart yang dikelola sesuai dengan SOP, penggunaan alat – lat yang modern dan didukung dengan cara pemotongan atau penyembelihan yang sesuai standar syariat islam dan keseriusan pengelolaan semakin terlihat meningkatnya keuntungan yang diperoleh para pemiliknya. Berdasarkan pengalaman tersebut, kami ingin berbagi sukses dalam bisnis Ayam Segar PT. Adilmart kepada Rekan pengusaha/investor yang tertarik berbisnis dalam bidang pemotonan ayam.

Berikut ini disajikan tabel penjualan ayam segar dalam 3 tahun terakhir sebagai berikut :

Tabel 1
Tabel Penjualan Ayam Segar Pada PT. Adilmart
Tahun 2010-2011

Tahun	2010 (ekor)	2011 (ekor)
Januari	3000	9000
Februari	3500	9500
Maret	4000	10000
April	4500	10500
Mei	5000	11000
Juni	5500	11500
Juli	6000	12000
Agustus	6500	12500
September	7000	13000
Oktober	7500	13500
November	8000	14000
Desember	8500	14500
Total	69000	141000

Sumber : PT.Adilmart, Kalbar 2012

Dari table 1.1 di atas dapat diketahui tingkat penjualan ayam segar pada PT. Adilmart Di Kalimantan Barat, dari data penjualan sejak januari 2010 sampai dengan Desember 2012, tingkat penjualan semakin meningkat karena adanya pengaruh sertifikat halal pada penjualan ayam segar di PT. Adilmart. Untuk di wilayah Kalimantan Barat PT. Adilmart merupakan salah satu perusahaan yang pertama kalinya mendapatkan sertifikat halal dan produknya telah diakui sebagai produk yang aman, asuh, utuh dan halal membuat konsumen menjadi tenang untuk mengkonsumsi produk yang di hasilkan oleh PT. Adilmart.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan multiple variabel yaitu Independen variabel (X) adalah sertifikat halal dan Dependen variabel (Y) adalah jumlah tingkat penjualan ayam total.

Definisi Operasional

Untuk penjelasan ruang lingkup penelitian ini, agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam menafsirkan istilah istilah yang digunakan dalam penulisan ini baik dari judul maupun masalah penelitian ini, maka perlu diberikan penjelasan istilah sebagai berikut :

a. Sertifikat Halal

Menurut Panduan Sertifikasi Halal (Departemen Agama RI 2003), sertifikat halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat islam. Sertifikat Halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal

b. Penjualan

Menurut Rhonda Abrams, penjualan adalah merupakan aktivitas langsung dengan konsumen untuk memperoleh pesanan atau penjualan langsung. Sedangkan menurut

Kholish Muhyuddin, penjualan adalah merupakan kegiatan yang bertujuan agar produk yang kita tawarkan kepada konsumen terbeli.

Hipotesis

Berdasarkan pada perumusan masalah serta latar belakang sebelumnya, maka dibuat hipotesis sebagai berikut :

Ho : $X = 0$, tidak terdapat Hubungan signifikan antara sertifikasi halal dengan tingkat penjualan.

Ha : $X \neq 0$, terdapat Hubungan signifikan antara sertifikasi halal dengan tingkat penjualan.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan Studi hubungan. Yaitu menggambarkan hubungan antara dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel tetap. Adapun bentuk penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah survey dan bentuk yang digunakan dalam penelitian ini adalah Studi Hubungan.

Populasi

Menurut Nazir (2005 : 271), pengertian populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta dengan ciri ciri yang telah ditetapkan, kualitas atau ciri tersebut dinamakan variabel. Sedangkan sugiono berpendapat bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang akan menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Prof. Dr. H. Buchari Alma, 2009:54). Berdasarkan pengertian diatas yang menjadi objek penelitian ini adalah PT. Adilmart, dan yang berkompentensi untuk mewakili objek dalam memberikan informasi adalah pimpinan dan karyawan PT. Adilmart.

Teknik analisis data

Adapun teknik analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan menggunakan model Chi Square fungsi matematis adalah sebagai berikut :

$$\chi^2 = \sum_{k=1}^k \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Keterangan : χ^2 = Nilai Chi - kuadrat

f_e = Frekuensi yang diharapkan

f_o = Frekuensi yang diamati

Dengan kriteria pengujian, jika χ^2 hitung $\leq \chi^2$ tabel, maka Ho diterima, jika χ^2 hitung $> \chi^2$ tabel, maka H_1 diterima.

HASIL PEMBAHASAN

Sertifikat Halal

Sertifikat Halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat Halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman LABEL HALAL pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Pengadaan Sertifikasi Halal pada produk pangan, obat-obat, kosmetika dan produk lainnya sebenarnya bertujuan untuk memberikan kepastian status kehalalan suatu produk, sehingga dapat menentramkan batin konsumen muslim. Namun ketidaktahuan seringkali membuat minimnya perusahaan memiliki kesadaran untuk mendaftarkan diri guna memperoleh sertifikat halal.

Masa berlaku Sertifikat Halal adalah 2 tahun. Hal tersebut untuk menjaga konsistensi produksi produsen selama berlakunya sertifikat. Sedangkan untuk daging yang diekspor Surat Keterangan Halal diberikan untuk setiap pengapalan. Untuk memperoleh sertifikat halal LPPOM MUI memberikan ketentuan bagi perusahaan sebagai berikut:

1. Sebelum produsen mengajukan sertifikat halal terlebih dahulu harus mempersiapkan Sistem Jaminan Halal. Penjelasan rinci tentang Sistem Jaminan Halal dapat merujuk kepada Buku Panduan Penyusunan Sistem Jaminan Halal yang dikeluarkan oleh LP POM MUI.
2. Berkewajiban mengangkat secara resmi seorang atau tim Auditor Halal Internal (AHI) yang bertanggungjawab dalam menjamin pelaksanaan produksi halal.
3. Berkewajiban menandatangani kesediaan untuk diinspeksi secara mendadak tanpa pemberitahuan sebelumnya oleh LPPOM MUI.
4. Membuat laporan berkala setiap 6 bulan tentang pelaksanaan Sistem Jaminan Halal.

Pengaruh Sertifikat Halal Pada Tingkat Penjualan

Pada prinsipnya semua bahan makanan dan minuman adalah halal, kecuali yang diharamkan oleh Allah dan Rasul-Nya. Bahan yang diharamkan Allah adalah bangkai, darah, babi dan hewan yang disembelih dengan nama selain Allah (QS. Al-Baqarah : 173). Sedangkan minuman yang diharamkan Allah adalah semua bentuk khamar (minuman beralkohol) (QS. Al-Baqarah : 219). Hewan yang dihalalkan akan berubah statusnya menjadi haram apabila mati karena tercekik, terbentur, jatuh ditanduk, diterkam binatang buas dan yang disembelih untuk berhala (QS. Al-Maidah : 3). Jika hewan-hewan ini sempat disembelih dengan menyebut nama Allah sebelum mati, maka akan tetap halal kecuali diperuntukkan bagi berhala. Bahan-bahan yang termasuk ke dalam kategori halal seperti diuraikan di atas dan dipersiapkan serta diolah menurut ketentuan halal menurut syari'at Islam produknya dapat diajukan untuk mendapat Sertifikat Halal MUI. Komunitas Muslim di seluruh dunia telah

membentuk segmen pasar yang potensial dikarenakan pola khusus mereka dalam mengkonsumsi suatu produk. Pola konsumsi ini diatur dalam ajaran Islam yang disebut dengan Syariat.

Dalam ajaran Syariat, tidak diperkenankan bagi kaum muslim untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu karena substansi yang dikandungnya atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran Syariat tersebut. Dengan adanya aturan yang tegas ini maka para pemasar memiliki sekaligus barrier dan kesempatan untuk mengincar pasar khusus kaum muslimin.

Ajaran tegas Syariat Islam untuk menghindari hal-hal yang dilarang oleh Allah SWT dan melaksanakan apa saja yang diperintahkan membuat konsumen Muslim bukanlah konsumen yang permissive dalam pola konsumsinya. Mereka dibatasi oleh ke-Halalan dan ke-Haraman yang dimuat dalam nash Al Qur'an dan Al Hadist yang menjadi panduan utama bagi mereka. Populasi yang demikian besar dari kaum Muslimin membuat kaum Muslimin menjadi pasar yang demikian potensial untuk dimasuki. Untuk negara sekelas Amerika Serikat yang notabene jumlah kaum Muslimin disana adalah minoritas, namun diperkirakan ada sekitar empat sampai sembilan juta orang yang memeluk agama Islam.

Pemahaman yang semakin baik tentang agama makin membuat konsumen Muslim menjadi semakin selektif dalam pemilihan produk yang dikonsumsi. Khusus di Indonesia, konsumen Muslim dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen Muslim di Indonesia. Lembaga ini adalah Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan – Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Lembaga ini mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal sehingga produk yang telah memiliki sertifikat halal tersebut dapat memberi label halal pada produknya. Artinya produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam, atau produk tersebut telah menjadi kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen Muslim.

Produk-produk yang mendapat pertimbangan utama dalam proses pemilihannya berdasarkan ketentuan Syariat yang menjadi tolok ukur untuk konsumen Muslim adalah produk-produk makanan dan minuman. Ketidakinginan masyarakat Muslim untuk mengkonsumsi produk-produk haram akan meningkatkan keterlibatan yang lebih tinggi dalam proses pemilihan produk (high involvement). Dengan begitu akan ada produk yang pilih untuk dikonsumsi dan produk yang disisihkan akibat adanya proses pemilihan tersebut.

Proses pemilihannya sendiri akan menjadikan kehalalan sebagai parameter utamanya. Ketentuan ini membuat keterbatasan pada produk-produk makanan untuk memasuki pasar umat Muslim. Konsumen Muslim sendiri juga bukan tanpa kesulitan untuk memilah produk-produk yang mereka konsumsi menjadi produk dalam kategori halal dan haram. Tentunya untuk memeriksakan sendiri kondisi kehalalan suatu produk adalah kurang memungkinkan.

Hal ini berkaitan dengan masalah teknis dalam memeriksa kehalalan suatu produk, seperti uji kimia, pengamatan proses serta pemeriksaan kandungan produk. Adanya LPPOM-MUI dapat membantu masyarakat memudahkan proses pemeriksaan kehalalan suatu produk. Dengan mendaftarkan produk untuk diaudit keabsahan halal-nya oleh LPPOM-MUI sehingga produknya bisa mencantumkan label halal dan hal itu berarti produk tersebut telah halal untuk dikonsumsi ummat Muslim dan hilanglah barrier nilai yang membatasi produk dengan konsumen Muslim. Hal ini berarti peluang pasar yang sangat besar dapat terbuka. Dengan adanya label halal ini konsumen muslim dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Secara teori maka, untuk para pemeluk agama Islam yang taat, pilihan produk makanan yang mereka pilih adalah makanan halal yang diwakili dengan label halal.

Manfaat yang dapat diambil dari pernyataan adalah

- Tujuan pelaksanaan Sertifikat Halal pada produk ayam segar adalah untuk memberikan kepastian kehalalan suatu produk, sehingga dapat menentramkan batin yang mengkonsumsinya.
- Konsumen akan merasa aman dalam mengonsumsi produk yang telah bersertifikat halal karena produk yang telah bersertifikat halal terjamin aman, sehat, utuh dan halal.

Analisis Data

Dari hasil data yang dianalisis menggunakan model Chi Squer maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 2
Tabel Penjualan Ayam Segar
Pada PT. Adilmart
Sebelum dan sesudah mendapat sertifikat halal

Bulan	Belum f_0	Sudah f_0	f_0	Fe	$(f_0 - fe)$	$(f_0 - fe)^2$	$(f_0 - fe)^2 / fe$
1	2690	3000	5690	8604,17	85,83	7367,36	0,86
2	2730	3500	6230	8604,17	1125,83	1267500,69	147,31
3	2750	4000	6750	8604,17	2145,83	4604600,69	535,16
4	2790	4500	7290	8604,17	3185,83	10149534,03	1179,61
5	2820	5000	7820	8604,17	4215,83	17777350,69	2065,66
6	2855	5500	8355	8604,17	5250,83	27571250,69	3204,41
7	2870	6000	8870	8604,17	6265,83	39260667,36	4562,98
8	2895	6500	9395	8604,17	7290,83	53156250,69	6177,97
9	2930	7000	9930	8604,17	8325,83	69319500,69	8056,50
10	2950	7500	10450	8604,17	9345,83	87344600,69	10152,43
11	2970	8000	10970	8604,17	10365,83	107450500,69	12488,19

12	3000	8500	11500	8604,17	11395,83	129865017,36	15093,27
						X ² Hitung	63663,35
						X ² Tabel	19,68

Sumber: Data Olahan 2012

Keterangan : $X^2 \text{ Hitung} > X^2 \text{ Tabel} = H_1 \text{ diterima}$

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa : Hipotesa / H₀ diterima yang artinya bahwa ada pengaruh sertifikat halal terhadap tingkat penjualan ayam segar ini dilihat dari $X^2 \text{ hitung} > X^2 \text{ Tabel}$. Berdasarkan perhitungan tabel diatas yaitu $X^2 \text{ hitung}$ berjumlah 63663,35 sedangkan $X^2 \text{ Tabel}$ berjumlah 19,68 maka terlihat jelas pengaruh sertifikat halal terhadap penjualan ayam segar sangat berpengaruh.

Adanya LPPOM-MUI dapat membantu masyarakat memudahkan proses pemeriksaan kehalalan suatu produk. Dengan mendaftarkan produk untuk diaudit keabsahan halal-nya oleh LPPOM-MUI sehingga produknya bisa mencantumkan label halal dan hal itu berarti produk tersebut telah halal untuk dikonsumsi ummat Muslim dan hilanglah barrier nilai yang membatasi produk dengan konsumen Muslim. Hal ini berarti peluang pasar yang sangat besar dapat terbuka. Dengan adanya label halal ini konsumen muslim dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Tulus, 2011, Peran Serta Masyarakat Dalam Pemebrian Informasi Produk Halal, Jakarta.
- [Anonim].1984. *Kebutuhan Air pada Unggas*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- [Anonim].2006a. Statistik Peternakan 2006 (*Livestock Statistic 2006*). Directorate General of Livestock. Department of Agriculture-Republic of Indonesia.
- [Anonim].2006b. Pusat Penelitian dan Pengembangan Peternakan Badan Penelitiandan Pengembangan Pertanian Departemen Pertanian. www.wikipedia.org .10 Agustus 2008
- [Anonim].2009a. Penangkapandan Pengangkutan Unggas Hidup. www.legalitas.org 23 Januari 2009
- [Anonim].2009b. Unggas dan Pemanfaatannya. www.legalitas.org. 23 Januari 2009
- [Anonim].2009c. Teknik Pemotongan Ternak Unggas. wordpress.com. 23 Januari 2009
- Badan Pusat Statistik Kalimantan Barat, 2008, Kalimantan Barat Dalam Angka, Pontianak.
- Badan Pusat Statistik Kalimantan Barat, 2009, Kalimantan Barat Dalam Angka, Pontianak.
- Dessler, 1997, Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 2, Jakarta ; PT. Prenhallindo.
- Gomes, F. Cardoso, 1995, Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta ; Andi Offset
- Hadari, Nawawi, 1985, Kepemimpinan Yang Efektif, Yogyakarta ; Gadjah Mada University Press.
- Hamidi, 2007, Metode Penelitian Kualitatif Pendek Praktis Penulisan Propos, UMM Pres, Universitas Muhamadiyah, ; Malang
- Handoko, 2000, Manajemen Personalidan Sumber Daya Manusia, Jakarta ; PT. Gramedia.
- Muntahadkk, 2007, Buku Bahan Ajar Studi Kelayakan Bisnis, Pontianak.
- Nazir, M, 2005, Pengertian Populasi, UIN, ; Malang
- Nur Wahid dan Arintawati Muti, 2007, Halal dan Haram Pada Produk Sehari-hari, Penerbit Pustaka Jurnal Halal, Jakarta.
- Sarwoto, 1986, Dasar-Dasar Organisasi Dan Manajemen, Jakarta : Penerbit, Ghalia.
- www.halalmui.org :2011 , (Produk Halal).
- www.yahoo.com:2002 , (Produk Halal).