ABSTRAK

Produk olahan daging yang belum memiliki jaminan halal, menjadi suatu perkara *syubhat* sebab konsumen muslim akan mengalami *misinformation* terkait daging apa saja yang digunakan, dan apakah ada campuran bahan non halal lainnya atau tidak. Produk yang telah memiliki sertifikasi halal akan memberikan jaminan kepada konsumen muslim bahwa seluruh bahan yang digunakan dan proses produksinya telah sesuai dengan prinsip syariah. Namun demikian, pengembangan dan pengenalan strategi sertifikasi halal secara formal pada kegiatan produksi memungkinkan peningkatan biaya produksi dan operasional yang pada akhirnya dapat menghasilkan kenaikan harga konsumen untuk produk makanan halal. Adanya kenaikan harga memungkinkan timbulnya efek negatif pada keinginan konsumen untuk membeli produk bersertifikat halal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengestimasi nominal tambahan yang bersedia konsumen bayarkan dan menyelidiki faktor-faktor penentu kesediaan konsumen muslim untuk membayar harga yang lebih tinggi pada produk olahan daging yang memiliki label dan jaminan kualitas halal.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim di Kecamatan Depok. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling. Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang sesuai dengan karakteristik responden penelitian. Metode analisis yang digunakan untuk mengestimasi nominal WTP ialah *Contingent Valuation Method (CVM)* dan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen digunakan analisis regresi logistik biner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen muslim di Kecamatan Depok bersedia membayar lebih untuk produk olahan daging halal seperti bakso, sosis, nugget, galantin, dan lain sebagainya dengan nominal tambahan sebesar Rp2.437 per kemasan 500gr. Adapun empat variabel secara signifikan mempengaruhi kesediaan membayar yakni variabel sikap, persepsi kontrol diri, identitas diri keagamaan, dan religiusitas. Sedangkan variabel norma subjektif tidak berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen pada produk olahan daging halal.

Kata Kunci : Kesediaan membayar, produk olahan daging halal, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol diri, identitas diri keagamaan, religiusitas.