

PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN KEMASAN IMPOR PADA MAHASISWA EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

Vivi Yunitasari

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

Email: viviyunitasari@mhs.unesa.ac.id

Moch. Khoirul Anwar

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

Email: khoirulanwar@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal pada produk makanan impor terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 200 responden yang diambil dr mahasiswa Fakultas Ekonomi yang telah mengkonsumsi dan membeli produk makanan impor dalam kemasan dengan menggunakan accidental sampling.

Dengan memperhatikan penggunaan label pada produk, hal tersebut sangat membantu karena konsumen akan memperhatikan terlebih dahulu label halal, komposisi, dan tabel nutrisi sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian terutama pada makanan kemasan impor.

Kata kunci : Label Halal, Keputusan Pembelian, Makanan Impor.

Abstract

This study aims to determine the effect of halal labeling on imported food products on consumer purchasing decisions. This research was conducted using quantitative research. The sample used in this study was 200 respondents taken from Economics Faculty students who had consumed and purchased imported food products in packaging using accidental sampling.

Paying attention to the use of labels on products, this is very helpful because consumers will pay attention to the halal labels, composition, and nutritional tables before consumers make purchasing decisions, especially on imported packaged foods.

Keywords : Halal Labels, Purchasing Requirements, Imported Food

1. PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi saat ini berkembang sangat pesat, hal ini berdampak pada kemajuan teknologi, kemajuan telekomunikasi dan pendapatan ekonomi. Dalam data BPS tahun 2015, Indonesia memiliki jumlah penduduk mencapai 250 juta jiwa. Indonesia merupakan negara dengan mayoritas muslim terbanyak sekitar 207,1 juta jiwa. Jumlah penduduk Indonesia akan terus meningkat setiap tahunnya dan akan memicu konsumsi masyarakat yang semakin tinggi. Hal tersebut akan mendorong Indonesia untuk melakukan impor barang konsumsi guna memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakatnya. Produk barang konsumsi di Indonesia terbagi menjadi dua jenis yaitu produk lokal dan produk impor (Soegiono, 2012).

Produk impor di Indonesia sudah banyak dan mudah ditemukan pada setiap supermarket besar. Makanan impor yang telah beredar terdapat berbagai macam kemasan dan varian rasa yang menarik membuat para konsumen tertarik untuk membeli produk makanan impor. Hal tersebut mengharuskan konsumen untuk lebih teliti dalam melakukan pembelian produk makanan impor. Jika konsumen tidak teliti dalam membeli dikhawatirkan produk makanan tersebut terkontaminasi dengan bahan yang mengandung unsur haram (Fitria, 2016).

Banyak konsumen Indonesia yang lebih memilih membeli produk makanan kemasan impor dikarenakan produk impor memiliki kualitas dan rasa yang terjamin dengan harga yang cukup terjangkau dan sebanding dengan kualitasnya. Selain itu semakin menariknya kemasan pada makanan impor dapat menjadi daya tarik konsumen untuk membelinya. Akan tetapi bisnis lokal justru mengurangi tampilan manis pada kemasan untuk menekan biaya produksi agar tidak terlalu mahal jika dibandingkan dengan produk impor. Dampak positif terbukanya perdagangan internasional akan lebih terbuka pada masalah kesempatan kerja dan devisa negara akan lebih meningkat juga (Utami N. W., 2017).

Hanya ada beberapa produk impor yang memiliki label halal, ada juga produk pangan impor yang masuk ke Indonesia dengan cara ilegal, produk tersebut masih diragukan kehalalannya dan keamaannya. Makanan impor yang dinyatakan sebagai produk ilegal adalah produk yang tidak terdaftar di BPOM, yaitu produk yang tidak mempunyai nomor kode ML (Makanan Luar Negeri) (Sudardjat & Kurnia Sari, 2013).

Sesuai Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 tahun 2011 Tentang Barang Dalam Keadaan Terbungkus (BDKT), label pangan keterangan yang berupa tulisan, gambar, dan kombinasi yang memberikan informasi sesuai dengan peraturan perundangan yang ditempelkan pada bagian kemasannya. Ada beberapa macam label pangan, diantaranya yaitu label halal dan label aman produk. Pada pasal 3 ayat (1) Produsen, Importir atau pengemas yang mengedarkan, menawarkan, memamerkan, atau menjual BDKT di wilayah Republik Indonesia

wajib mencantumkan label pada kemasan. Produsen akan mencantumkan label halal produknya pada kemasan yang telah didapat dari lembaga berwenang dan akan dicantumkan pada kemasan produk yang sudah siap diedarkan dan menjamin keamanan konsumen yang semakin kritis. Dengan semakin terbukanya perdagangan Internasional di Indonesia masyarakat ditekankan harus lebih teliti tentang kehalalan sebuah produk.

Adanya peraturan tentang pangan, akan selalu berkaitan dengan perlindungan pada konsumen agar konsumen bisa mengkonsumsi produk makanan impor dengan nyaman dan aman, peraturan perlindungan tersebut tentang tujuan penggunaan pada label (Anna, 2013). Produk impor yang masuk ke Surabaya tidak semuanya memiliki label halal resmi dari LPPOM-MUI. Pada tahun 2017 BPOM telah menangani perkara obat dan makanan ilegal yang masuk ke Surabaya, terdapat 20 perkara pelanggaran dan telah masuk ke tahap pemberkasan. Dari semua produk yang telah diamankan sekitar 2.069 item obat dan makanan ilegal yang berjumlah 1.216.610 kemasan. Makanan kemasan dan obat yang telah dimusnahkan didominasi dengan dengan pangan tidak layak edar atau diragukan kehalalannya. (Murdaningsih, 2017)

Mengonsumsi makanan halal merupakan bentuk keyakinan dalam masyarakat yang beragama Islam dan telah terjamin oleh perundangan khususnya tentang perlindungan konsumen Nomor 8 tahun 1999 dan mengonsumsi produk halal itu telah menjadi kewajiban bagi setiap umat muslim. Dalam memenuhi kebutuhan pangan dan perubahan perilaku konsumen bisa terjadi dikarenakan semakin majunya pola hidup masyarakat yang menjadi konsumtif yang ingin serba cepat dan mudah. Dan semakin banyaknya makanan impor yang memiliki daya tarik lebih terhadap konsumen di Indonesia, hal ini dikarenakan tingginya kebutuhan dan minat beli masyarakat. (Hasan, 2014)

Makanan kemasan memiliki banyak kelebihan seperti sebagai tempat makanan yang berfungsi untuk mempertahankan mutu kesegaran makanannya, warna makanan tidak berubah, penyimpanan distribusi dan lebih penting lagi menekan terjadi kontaminasi dari air, tanah, dan udara. Selain itu juga dapat mencegah adanya mikroorganisme yang dapat merusak makanan tersebut dan membahayakan kesehatan manusia (Winarno *et.al* dalam Soegiono 2012).

Label halal merupakan label yang memberikan informasi kepada konsumen tentang suatu produk yang telah memiliki label bahwa produknya benar-benar dan memiliki kandungan nutrisi baik sehingga produknya aman untuk dikonsumsi. Produk makanan yang tidak mempunyai label halal pada kemasannya dianggap masih belum memiliki persetujuan dari LPPOM-MUI sehingga produk tersebut masih diragukan kehalalannya dan akan membuat konsumen Muslim ragu dalam melakukan keputusan pembelian pada produk tersebut (Mahwiyah, 2010)

Keputusan pembelian merupakan seleksi antara dua pilihan alternatif atau lebih konsumen pada saat proses pembelian (Schiffman dan Kanuk,2008:485). Konsumen setiap hari akan mengambil berbagai keputusan yang mengenai setiap aspek dalam kesehariannya. Terkadang pada saat pengambilan keputusan ini tanpa memikirkan bagaimana mengambil keputusan dan apa yang terlibat didalam proses pengambilan keputusan tersebut. Pemilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan pembelian (Schiffman dan Kanuk,2008:485).

Berdasarkan data BPS tahun 2012, jumlah penduduk muslim di Provinsi Jawa Timur terutama pada Kota dan Kabupaten besar di Jawa Timur dengan jumlah 37.476,757 jiwa dan dengan jumlah penduduk terbesar di Provinsi Jawa Timur yaitu Kota Surabaya dengan jumlah 2,893,070 jiwa(jatim.bps.go.id, 2017).

Banyaknya jumlah penduduk muslim di Kota Surabaya dapat menjadikan Kota Surabaya memiliki potensi dan peluang yang cukup besar untuk produk pangan impor. Hal tersebut membuktikan bahwa produk impor yang masuk melalui Kota Surabaya bernilai paling tinggi dibandingkan dengan Kota atau Kabupaten lainnya. Tidak semua makanan impor yang telah masuk ke Surabaya sudah memiliki label halal LPPOM-MUI. Mengingat semakin tingginya pertumbuhan masyarakat di Surabaya, dikhawatirkan masyarakat salah dalam mengambil keputusan pembelian dan mengkonsumsi makanan impor. Mahasiswa Surabaya dapat dijadikan sebagai acuan dan mewakili masyarakat Surabaya dalam mengkonsumsi produk yang berlabel halal. Berdasarkan pembahasan latar belakang yang telah dijelaskan, adapun judul yang akan diambil peneliti adalah “Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya”.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dapat digolongkan sebagai jenis penelitian kuantitatif. Variabel pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel Independen (bebas) dan variabel Dependen (terikat). Penelitian jenis deskriptif bertujuan untuk membuat deskriptif gambaran, faktual dan memahami secara akurat fenomena yang sedang diselidiki misalnya perilaku, tindakan, persepsi dll. Penelitian ini bertujuan untuk mencari apakah ada pengaruh antara variabel label halal (X) dan variabel keputusan pembelian (Y). Indikator yang digunakan pada variabel label halal yaitu pengetahuan, kepercayaan, dan penilaian terhadap label halal, sedangkan untuk variabel keputusan pembelian yaitu Pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku paska pembelian.

Populasi yang digunakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Karakteristik pada populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya yang pernah melakukan pembelian produk makanan kemasan impor yang berlabel halal dan mengkonsumsinya lebih dari satu kali. Penelitian ini menggunakan sampel mahasiswa yang telah melakukan pembelian pada produk makanan kemasan impor dan telah membeli, sehingga pada penelitian ini memperoleh sampel sebanyak 200 sampel. Teknik sampling pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang bertemu peneliti dapat dijadikan sampel bila yang ditemui sesuai dengan karakteristik yang ditetapkan.

Data yang didapat pada penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Data primer didapat langsung dengan melakukan penyebaran angket kepada responden dan untuk data sekunder data yang didapatkan dengan melalui laporan dari historis yang sudah disusun dan telah dipublikasikan. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari resume jurnal penelitian terdahulu, buku, dan informasi serta dokumentasi lain yang diambil melalui internet. Hasil dari penelitian ini menggunakan Uji Linearitas dan Uji Hipotesis yang menggunakan Uji R Square dan Uji T dengan bantuan olah data perangkat lunak SPSS 21.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Linearitas

Uji linearitas yang berfungsi untuk mengetahui apakah dari variabel bebas dan variabel terikat mempunyai hubungan yang selaras atau tidak.. Apabila nilai signifikansi hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan nilai $>0,05$ maka variabel-variabel tersebut dapat dikatakan memiliki hubungan yang linear. Berdasarkan hasil uji linearitas menunjukkan hasil yang signifikan pada variabel label halal terhadap variabel keputusan pembelian dengan nilai 0,504 yang artinya variabel label halal dan variabel keputusan pembelian memiliki hubungan yang selaras atau linier.

Uji R Square

Uji R^2 bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Adapun hasil dari pengujian R^2 dapat dilihat pada tabel.1 sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	,640	,409	,406	1,10873

(Sumber : Data diolah peneliti 2018)

Berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel diatas, menghasilkan nilai R sebesar 0,640, sedangkan untuk R *Square* pada tabel diatas menunjukkan nilai sebesar 0,409. Hal tersebut dapat diartikan bahwa uji R *square* yang diperoleh dengan menggunakan analisis regresi menunjukkan bahwa variabel label halal memiliki pengaruh sebesar 40,9% dan sisanya sebesar 59,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti religiusitas, faktor sosial, harga dan kualitas produk.

Uji T

Uji T pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Label Halal (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Apabila nilai signifikansi menunjukkan nilai < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel Label Halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian. Hasil dari pengujian Uji T dapat dilihat pada tabel.2 sebagai berikut:

Tabel 2. Uji T

Model	Unstandardized Coefficient	Standardized Coefficient	t	Sign.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	25,610	1,361	18,824	,000
_label_halal	,385	,033	,640	11,710

(Sumber : Data diolah peneliti 2018)

Berdasarkan anansi hasil dari pengujian hipotesis uji t dapat dilihat bahwa hasil nilai t hitung sebesar 11,710 dengan tingkat signifikan 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel label halal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Adanya keterangan label halal pada produk impor yang telah beredar di Indonesia mempunyai arti yang sangat penting bagi masyarakat terutama pada masyarakat konsumtif.

Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil dari Uji Linearitas yang telah dilakukan mendapatkan hasil bahwa nilai signifikan hasil uji linearitas menunjukkan adanya hubungan yang linear antara variabel label halal (X) dan variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai signifikan pada hasil Uji Linear menunjukkan nilai 0,504 yang artinya nilai tersebut menunjukkan hasil nilai lebih besar dari 0,05 sehingga dapat diartikan memiliki hubungan yang selaras atau linear. Selain itu untuk hasil dari pengujian hipotesis yang menggunakan Uji T ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 11,710 dengan tingkat signifikan 0,000 dimana hasil tersebut menunjukkan nilai signifikan yang kurang dari 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa variabel label halal (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (X). Berdasarkan hasil analisis, maka dapat dinyatakan bahwa label halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Keputusan pembelian pada produk makanan impor dapat sebagai acuan utama dalam memilih sebuah produk yang bertujuan untuk mempermudah konsumen agar bisa mengetahui kehalalan suatu produk, maka konsumen dapat melihatnya pada label halal yang terdapat pada kemasan makanan. Label yang terdapat pada suatu produk kemasan merupakan sesuatu yang paling penting untuk diperhatikan. Mengonsumsi makanan halal merupakan bentuk keyakinan dalam masyarakat yang beragama Islam dan telah terjamin oleh perundangan khususnya tentang perlindungan konsumen Nomor 8 tahun 1999 dan mengonsumsi produk halal itu telah menjadi kewajiban bagi setiap umat muslim. Dalam memenuhi kebutuhan pangan dan perubahan perilaku konsumen bisa terjadi dikarenakan semakin majunya pola hidup masyarakat yang menjadi konsumtif yang ingin serba cepat dan mudah. Dan semakin banyaknya makanan impor yang memiliki daya tarik lebih terhadap konsumen di Indonesia, hal ini dikarenakan tingginya kebutuhan dan minat beli masyarakat. (Hasan, 2014)

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh yang signifikan pada label halal terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian yang diteliti oleh Rambe dan Afifuddin (2012), yang menjelaskan bahwa adanya produk makanan impor yang telah berlabel halal, secara tidak langsung akan memberikan pengaruh yang signifikan pada mahasiswa muslim untuk menggunakan produk tersebut dengan disertai rasa nyaman dan aman dalam mengonsumsi produk tersebut akan menimbulkan rasa kepercayaan serta minat untuk belinya.

Selain itu, penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah diteliti oleh Sudardjat & Kurnia Sari, (2013) terdapat hubungan antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan, dengan adanya labelisasi halal maka akan mempengaruhi keputusan konsumen muslim untuk membeli dan mengkonsumsi produk makanan impor dalam kemasan. Pada penelitian tersebut menjelaskan bahwa label halal berpengaruh pada keputusan pembelian produk makanan impor.

Berdasarkan hasil pengujian R^2 dalam penelitian ini menunjukkan prosentase pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan impor sebesar 40,9% dan sisanya 59,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan hipotesis dalam penelitian ini, label halal memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk makanan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Terjadinya pengaruh tersebut dikarenakan semakin tingginya pemahaman mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya tentang pentingnya label halal di setiap makanan kemasan dan mengerti ajaran syariat Islam untuk tidak mengkonsumsi makanan yang dilarang oleh Allah SWT dan harus menjalankan apa yang telah diperintahkan. Hal paling penting yang harus responden lakukan dalam melakukan keputusan pembelian produk makanan impor yaitu kehalalan dari produk tersebut. Maka dalam penelitian ini dapat dibuktikan bahwa Label Halal mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian produk makanan impor

Saran yang dapat diajukan untuk perusahaan atau produsen produk makanan kemasan impor diharapkan untuk mengajukan sertifikasi halal pada produk kemasannya yang masih belum mempunyai label halal. Dengan membuat sertifikasi halal pada produk makanan, maka hal tersebut dapat dikatakan akan meningkatkan hasil penjualan produknya karena telah terbukti bahwa konsumen akan memilih untuk membeli produk yang telah memiliki label halal dibandingkan dengan produk yang tidak memiliki label halal.

5. REFERENSI

Anna, A. F. (2013). *Pengaruh labeling terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek indomie di kelurahan tuah karya kecamatan tampan pekanbaru*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Badan Pusat Statistik (2017) Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk Menurut Kabupaten Kota di Provinsi Jawa Timur. Jawa Timur: BPS

- Fitria, N. D. (2016). *Pengaruh Label Halal Dan Aspek Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Impor*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Hasan, K. S. (2014). Kepastian hukum sertifikasi dan labelisasi halal produk pangan . *Dinamika Hukum*.
- Mahwiyah. (2010). *Pengaruh Labelisasi Halal Pada Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN Jakarta)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Murdaningsih, Dwi (2017). *BPOM Surabaya Amankan Makanan dan Obat Ilegal Rp 11 Miliar*. Dari halaman <https://m.republika.co.id/berita/nasional/daerah/17/12/28/p1npo8368-bpom-surabaya-amankan-makanan-dan-obat-ilegal-rp-1-miliar>. Di akses pada tanggal 10 Februari 2018
- Peraturan Menteri Dagang No 31 Tahun 2011 tentang *Barang Dalam Keadaan Terbungkus (BDKT)*
- Rambe, Y., & Afifuddin, S. (2012). *Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 1. Hal 36-45
- Soegiono, Fellycia. (2012). *Impor vs Lokal: Studi Kasus tentang Keputusan Membeli Makanan Kemasan*. Dipetik pada tanggal 21 April 2018. <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/>.
- Schiffman, Leon G dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Cetakan Keempat. Jakarta. PT. Indeks.
- Sudardjat, I., & Kurnia Sari, D. (2013). *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatra Utara*. Medan: Universitas Sumatra Utara. Vol. 1, No.4, Maret 2013, 49-56
- Utami, N. W. (2017). *Kemasan Mempengaruhi Keberhasilan Suatu Produk*. Dipetik pada 20 Juni 2018, Jurnal.id