



JURNAL AL-HISBAH

Fakultas Ekonomi Islam IAITF Dumai

Jl. Utama Karya II No.3 Bukit Batrem, Dumai Timur, Kota Dumai, Riau

Kode Pos: 28826 E-Mail: ejournaliaitf@gmail.com

PENGARUH LABELISASI HALAL DAN KOMPOSISI BAHAN MAKANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN KEMASAN KERUPUK CABE MAI SATUN PADA MASYARAKAT MUSLIM KOTA DUMAI

Fitri Isdiana

Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai

fitriisdiana747@gmail.com

Susiana

Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai

susiana1981hardian@gmail.com

ABSTRAK

(1) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Labelisasi Halal dan Komposisi Bahan Makanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Kerupuk Cabe Mai Satun pada Masyarakat Muslim kota Dumai. (2) Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui angket dan google form. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Muslim di kota Dumai. Sampel yang digunakan adalah konsumen kerupuk Cabe Mai Satun Muslim di kota Dumai dan diambil sebanyak 250 responden dengan menggunakan metode teknik random sederhana. Pengujian prasyarat analisis meliputi uji normalitas dan uji linearitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. (3) Hasil penelitian ini adalah: (1) Labelisasi Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Kerupuk Cabe Mai Satun pada Masyarakat Muslim kota Dumai. (2) Komposisi Bahan Makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Kerupuk Cabe Mai Satun pada Masyarakat Muslim kota Dumai. (3) Labelisasi Halal dan Komposisi Bahan Makanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Kerupuk Cabe Mai Satun pada Masyarakat Muslim kota Dumai.

Kata kunci: Labelisasi Halal, Komposisi Bahan Makanan, Keputusan Pembelian



JURNAL AL-HISBAH

Fakultas Ekonomi Islam IAITF Dumai

Jl. Utama Karya II No.3 Bukit Batrem, Dumai Timur, Kota Dumai, Riau

Kode Pos: 28826 E-Mail: ejournaliaitf@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Halal Labeling and Food Composition on the Purchasing Decision of Mai Satun Chili Crackers Food Packaging Products in the Muslim Community of Dumai City. This research is a quantitative research. Data collection is done through a questionnaire. The population used in this study is the Muslim community in the city of Dumai. The sample used was consumer Satay Muslim Chili Chili crackers in the city of Dumai and taken as many as 250 respondents using simple random technique methods. The analysis prerequisite testing includes normality test and linearity test. The data analysis technique used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The results of this study are: (1) Halal labeling has a positive and significant effect on the purchasing decision of Mai Satun Chili Crackers Food Packaging Products. (2) Composition of Food Ingredients has a positive and significant effect on the Purchasing Decision of Food Products in Satun Chilli Crackers Crackers (3) Halal Labeling and Composition of Foodstuffs simultaneously have a positive and significant effect on the Decision of Purchasing of Satun Chilli Crackers Crackers Food Packaging Products.

Keywords: Halal Labeling, Food Composition, Purchasing Decision



Pendahuluan

Dengan kemajuan teknologi saat ini, arus informasi yang diperoleh konsumen akan semakin banyak dan dapat mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Berdasarkan data Dinas kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) Dumai, jumlah penduduk kota Dumai saat ini 300.638 jiwa. Jumlah ini meningkat dari catatan dalam dokumen kependudukan Disdukcapil Dumai diakhir 2018 lalu yang berjumlah 288.741 jiwa.¹ Dengan meningkatnya jumlah penduduk kota Dumai, maka kebutuhan dan keinginan masyarakat semakin meningkat pula kebutuhan dasar seperti sandang, pangan dan papan.

Peningkatan populasi penduduk membuat masyarakat di kota Dumai mengembangkan usaha mikro kecil dan menengah, ditandai dengan banyak tumbuhnya produksi industri rumah tangga sebagai sumber pendapatan keluarga. Dalam perkembangannya para pelaku usaha atau produsen industri rumah tangga terus berinovasi dan berlomba-lomba menguasai pasar dengan memproduksi makanan yang beragam. Produsen yang sadar akan kebutuhan masyarakat mempunyai cara tersendiri untuk menarik konsumen, salah satunya adalah label produksi, yang menjadi ciri khas bagi produk tertentu agar menarik perhatian hati masyarakat. Para pelaku UMKM di kota Dumai memasarkannya dengan cara tradisional seperti dititipkan di kedai-kedai, warung, pedagang kaki lima dan outlet yang menjual oleh-oleh khas Dumai baik perorangan maupun yang di sponsori oleh pemerintah dan perusahaan swasta seperti Deskransda, Rumah Kreatif BUMN. dan ada juga yang di pasarkan melalui sentuhan teknologi online dari media sosial seperti Facebook, Whatsapp, Instagram.

Menurut data dari Bidang UMKM Dinas Perindustrian Koperasi dan UMKM kota Dumai, dari tahun 2015-2020 usaha masyarakat kecil menengah yang sudah terdaftar berlabel halal berjumlah 103 produk makanan kemasan². Hal ini menunjukkan banyak pengusaha produksi industri rumah tangga atau UMKM kota Dumai yang belum semuanya mencantumkan label halal dalam produksi makanan kemasan yang mereka buat, karena proses memperoleh label sertifikat halal masih sebagian besar di sponsori oleh bidang UMKM Dinas Perindustrian dan UKM Kota Dumai dan kerjasama dengan pihak-pihak yang peduli pengembangan UMKM yang jumlahnya juga terbatas. Hal ini dapat dipahami tingkat kemampuan perorangan pelaku UMKM yang merasa berat dari sektor pembiayaan memperoleh label sertifikat halal. Disamping itu proses pembuatan label halal juga mempersyaratkan hal – hal wajib seperti izin usaha industri dan usaha mikro kecil menengah (IUMKM) yang diterbitkan dikantor kecamatan dan standart layak sehat produksi industri rumah tangga (PIRT) yang diterbitkan oleh Dinas Kesehatan dan Loka POM.

Karena masyarakat konsumen produk UMKM sebagian besar beragama islam sehingga label sertifikat halal sebagai jaminan kehalalan produk UMKM menjadi keharusan karena itu para pemangku kepentingan pengembangan UMKM sebagai sektor ril perekonomian masyarakat perlu memperluas dan memperbanyak penerbitan label sertifikat halal dan mendorong pelaku UMKM untuk mengurus label sertifikat halal secara mandiri dan menekan besarnya pembiayaan.

Karena besarnya biaya penerbitan label sertifikat halal dan bantuan dari pemerintah yang sangat terbatas dibandingkan dengan perkembangan pelaku UMKM, maka pelaku UMKM yang belum memiliki label sertifikat halal menjadi terbatas dalam pemasaran produknya

¹ Data Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) kota Dumai, 2019

² Data Bidang UMKM Dinas Perindustrian Koperasi dan UKM Kota Dumai, 2018

di outlite resmi yang memasarkan produk UMKM, sehingga banyak pengusaha yang tidak bertanggung jawab dalam teknik pemrosesan, penyimpanan, penanganan, dan pengepakan seringkali menggunakan bahan pengawet yang membahayakan kesehatan. Dalam hal ini masyarakat perlu hati-hati dalam memilih produk tersebut, bisa jadi apa yang tersembunyi di balik produk makanan kemasan tersebut yang tidak layak di konsumsi oleh umat Islam”.³ Karena makanan yang dimakan bukan sekedar menjadi najis semata. Makanan juga diserap dan dimetabolisme ke dalam tubuh, termasuk ke otak dan jantung. Persoalan konsumsi makanan bagi umat Muslim tidaklah sekedar bersifat jasmaniah semata. Halal atau haram mengandung nilai- nilai ibadah sebagaimana diyakini para pemeluknya.⁴

Kehalalan adalah sesuatu yang sangat penting bagi setiap muslim, karena sesuatu yang halal bisa menjadi berkah untuk manusia. Adapun perlu diingat umat muslim di kota Dumai adalah mayoritas, maka kebutuhan akan jaminan kehalalan pada produk makanan kemasan juga sangat penting. Islam mewajibkan setiap Muslim untuk menyelidiki dan memperhatikan dengan seksama setiap makanan atau produk yang akan di konsumsinya. Nilai dan keyakinan atas adanya kewajiban untuk memilih produk halal disokong maksud hadist Rasulullah Saw. : “Tidak akan masuk surga orang yang dagingnya tumbuh dari (makanan) yang haram, neraka lebih pantas baginya.”⁵

Salah satu produk UKM di kota Dumai yang sudah menggunakan label halal pada produknya yaitu Kerupuk Cabe Mai Satun. Kerupuk cabe ini hampir selalu ditemukan di semua outlite, bahkan di online pun juga mudah ditemukan. Kerupuk Cabe Mai Satun ini tidak kalah saing dengan produk makanan kemasan lainnya. Karena Kerupuk Cabe Mai Satun ini mempunyai banyak keunggulan antara lain yaitu Kerupuk Cabe Mai Satun sudah terkenal bukan hanya di dalam Kota Dumai tetapi sudah sampai keluar kota Dumai, mempunyai sertifikat halal resmi jadi aman untuk dikonsumsi, harganya terjangkau dan rasanya yang enak jadi disukai di semua kalangan masyarakat.

Kerupuk cabe ini merupakan usaha milik ibu Mai Satun, dan ini lah sebabnya label kerupuk cabenya di beri nama Kerupuk Cabe Mai Satun. Kerupuk Cabe Mai Satun sudah berjalan 19 tahun dari tahun 2001 sampai saat ini 2020. Yang beralamat di Jl. Raja Ali Haji Gg. Indah Sari RT.023 Kel. Purnama Kec. Dumai Barat kota Dumai. Ibu Mai Satun memiliki berbagai macam produksi makanan kemasan antara lain peyek kacang, kue keju, pastel kering, bolu kering, kue bawang, kue semprong, cincang ubi, kembang goyang, rengginang, kerecek, keripik pisang, keripik kentang pedas, kuping gajah. Hanya saja produk yang unggul yaitu kerupuk cabenya. Kerupuk cabenya mempunyai masa kadaluarsa 40 hari. Kemasan Kerupuk Cabe Mai Satun mempunyai dua varian rasa dan dua bentuk kemasan. Rasa Kerupuk Cabe Mai Satun ada yang rasa pedas dan original serta bentuk kemasannya ada yang ukuran sedang dengan harga Rp5.000,00/ bungkus dan ada yang ukuran besar dengan harga Rp10.000,00/ bungkusnya.

Usaha yang menjadi produk unggulan milik ibu Mai Satun yaitu kerupuk cabenya

³ Dewi Kurni. *Jurnal Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan*, 2013, hal. 49

⁴ Wajdi Farid. “*Jaminan Produk Halal Di Indonesia*”. (Depok : PT Raja Grafindo Persada, 2019), hal. VI

⁵ Ibid, hal. 30

karena sudah lama terkenal. Asal mula Kerupuk Cabe Mai Satun ini terkenal, awalnya ibu Mai Satun hanya berjualan lontong keliling sambil membawa kerupuk cabe. Lama-kelamaan, ternyata masyarakat sekitar lebih menyukai kerupuk cabe ibu Mai Satun, hingga banyak yang memasan kerupuk cabenya. Ibu Mai Satun akhirnya memutuskan untuk berhenti menjual lontong dan memilih untuk menjual kerupuk cabe. Ibu Mai Satun tertarik mengurus label halal karena menurutnya label halal itu sangat penting untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa produk usahanya benar-benar halal. Menurut ibu Mai Satun dalam mengurus label halal tidak mudah dan butuh proses yang panjang.

Ibu Mai Satun sangat bersyukur sekali bisa mendapatkan label halal karena saat itu bisa masuk ke 10 besar untuk lulus uji, karena komposisi atau bahan yang digunakan adalah bahan yang halal untuk dikonsumsi seperti ubi, cabe, gula, garam, penyedap rasa, bawang putih dan bawang merah. Serta proses pembuatan sampai pengepakan semua sesuai syariat Islam.

Proses yang panjang ini menurutnya tidak sia-sia dan terbukti semenjak ibu Mai Satun mengurus label halal dari tahun 2014 hingga saat ini permintaan kerupuk cabenya sangat meningkat pesat. Saat ini dalam produksi kerupuk cabenya, setiap harinya mengahbiskan satu ton setengah ubi. Maka dari itu untuk memenuhi kebutuhan bahan baku, ibu Mai Satun membeli ubi atau singkong dari kota Duri karena keterbatasan bahan baku di Dumai.

Pemasaran yang sangat sederhana dari nomor hp yang ada di label kemasan banyak dari luar kota antara lain kota Pekanbaru, Medan, Jakarta, Bandung, Bogor, Jambi, Rengat, Tembilahan, Sumbar, Bagan Batu, Palembang yang menelpon Ibu Mai Satun untuk memesan dalam jumlah yang banyak. Banyaknya permintaan akhirnya ibu Mai Satun bisa membuka lowongan kerja dengan jumlah karyawan hingga saat ini 21 orang.

Untuk menjaga loyalitas pelanggannya ibu Mai Satun terus memperpanjang masa label halalnya sudah 3 kali memperpanjangnya. Label halal harus diperpanjang 2 tahun sekali dengan biaya perpanjangan Rp1.200.000,00 dan 3 bulan sekali akan dicek terus oleh Dinas Kesehatan.

Cara paling mudah memilih makanan yaitu dengan melihat ada tidaknya label halal pada kemasannya. Dengan adanya pencantuman label halal konsumen Muslim jadi terlindungi. Pencantuman label halal bagi pelaku usaha sebagai sarana informasi dari produsen ke konsumen mengenai produk yang akan dijualnya. Pelabelan yang benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku akan membentuk terciptanya perdagangan yang jujur dan bertanggung jawab serta akan meningkatkan pendapatan pelaku usaha.⁶

Di kota Dumai penggunaan label halal dengan tulisan “halal” sangatlah mudah ditemukan, pada produk makanan kemasan yang dibuat oleh pelaku UMKM. Sering kali masyarakat dihebohkan oleh produk makanan yang diragukan kehalalannya. Disebut diragukan karena produk tersebut tidak mengantongi sertifikasi halal Majelis Ulama Indonesia (MUI). Disebut palsu karena mempunyai label halal asli tetapi pada prosesnya mengubah komposisi bahan produk. Dapat juga terjadi label halal telah habis masa berlakunya, tetapi tidak diperpanjang pelaku usaha. Bahkan ada pula produk mencantumkan label halal, tetapi tidak dikeluarkan lembaga yang berwenang.

Logo halal biasanya dicetak dalam kemasan, baik itu di dalam kemasan maupun di luar kemasan seperti kertas/kardus. Logo halal memang merupakan jaminan bagi konsumen bahwa produk yang dalam kemasannya terdapat cetakan logo halal berarti produk makanan tersebut hukumnya “halal”.

⁶ Ibid, hal.31-32

Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah lembaga yang kompeten untuk melakukan penjaminan kehalalan produk. Dalam kerjanya peran MUI dibantu oleh LPPOM-MUI, Lembaga ini dibentuk untuk membantu Majelis Ulama Indonesia dalam menentukan kebijaksanaan, merumuskan ketentuan-ketentuan, rekomendasi dan bimbingan yang menyangkut pangan, obat-obatan dan kosmetika sesuai dengan ajaran Agama Islam. Dengan kata lain LPPOM-MUI didirikan agar dapat memberikan rasa tentram pada umat tentang

produk yang di konsumsinya⁷. Lembaga inilah yang sebenarnya berwenang memberikan sertifikat halal kepada perusahaan atau pengusaha yang akan mencantumkan label halal. Berikut label halal resmi dari MUI.

Teori Labelisasi Halal

Islam mengajarkan umat muslim untuk mengkonsumsi produk yang halal. Berdasarkan pada hukum Islam ada tiga kategori produk untuk muslim yakni halal, haram, dan *mushbooh*. Kata halalan, berasal dari bahasa Arab, berakar kata *halla*, artinya ‘lepas’ atau ‘tidak terikat’. Secara etimologi kata halalan berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas dari atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Atau bisa juga diartikan sebagai segala sesuatu yang bebas dari bahaya duniawi dan ukhrawi. Dalam konteks pangan, makanan halal adalah makanan yang boleh dikonsumsi, diproduksi dan dikomersialkan. Sementara pengertian haram, adalah sesuatu yang dilarang oleh syari’at untuk dilakukan. Maka orang yang melanggarnya, akan dikenai sanksi di akhirat, juga siksaan di dunia. Makanan haram adalah makanan yang tidak boleh dikonsumsi, dikomersialkan dan atau dikonsumsi. Sedangkan *mushbooh* (*syubha*, *shubhah*, dan *mashbuh*) berarti hitam putih, masih dipertanyakan, dan meragukan oleh karena itu sebaiknya dihindari.⁸

Sah atau tidak sahnya suatu produk untuk dikonsumsi umat muslim sudah sangat jelas batas-batasnya. Hal ini sudah dijelaskan pada Al-Quran dan juga Hadits. Dalam Surat al-Baqarah: 168 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Wahai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.

Label halal pada suatu produk makanan dalam kemasan dapat digunakan sebagai panduan bagi konsumen Muslim untuk memilih atau membeli produk makanan atau minuman. Menurut perspektif Islam, konsepsi untuk mengonsumsi produk halal direkamkan dengan jelas Allah Swt. Di dalam Al - Qur’an (QS. Al- Baqarah, 2:172-173) yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَأَشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ
إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالْدَّمَ وَالْخَنِزِيرَ وَمَا أَهَلَ بِهِ لَغَيْرِ اللَّهِ فَمَن اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ

⁷ Adisasmito Wiku. “Sistem Kesehatan”, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008),

⁸ Danang Waskito. “Jurnal Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal”, 2019, hal. 40

إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepada kalian dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya saja kalian menyembah. Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagi kalian bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya), sedangkan ia tidak (dalam keadaan) memberontak dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

Berdasarkan Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 518 tahun 2001 tanggal 30 November 2001 pasal 1 menunjuk Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai lembaga pelaksana pemeriksaan pangan yang menyatakan kehalalan suatu produk yang dikemas untuk diperdagangkan di Indonesia. Berdasarkan keputusan menteri tersebut dapat disimpulkan bahwa MUI adalah lembaga yang berwenang dalam mengaudit produk dan mampu menerbitkan sertifikat halal kepada perusahaan yang mengajukan uji halal kepada MUI. Sertifikat Halal inilah yang memberikan izin kepada perusahaan untuk bisa mencantumkan logo halal pada kemasan produk.

Label berkaitan erat dengan pemasaran. Label adalah sepotong kertas (kain, logam, kayu dsb) yang ditempelkan pada barang dan menyampaikan informasi tentang nama barang atau produk, nama pemilik, tujuan, alamat dsb. (Secara garis besar terdapat tiga macam label⁹, yaitu :

1. *Brand Label*, yaitu nama merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan.
2. *Descriptive Label*, label yang memberikan informasi obyektif mengenai penggunaan, pembuatan per awatan/perhatian dan kinerja produk, serta karakteristik-karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk.
3. *Grade label*, label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk dengan suatu huruf, angka dan kata.

Berdasarkan Peraturan pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang label halal dan iklan pangan menyebutkan label adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan di masukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan.

Maksud Labelisasi halal dalam penelitian ini adalah pencantuman logo bulat (halal bahasa arab) yang bertuliskan nama MUI serta tercantum nomer sertifikat halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud bersetatus sebagai produk halal.

Menurut peraturan pemerintah Pasal 10 Nomor 69, setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label.¹⁰

Termasuk wilayah kota Dumai setiap pelaku usaha yang memproduksi atau

⁹ Fina Rizqia. "Jurnal Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Halal Food", 2018), hal. 41

¹⁰ Wajdi Farid, op. cit. hal. 40

memasukkan pangan yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di atas kemasan pangan. Label dimaksud tidak mudah lepas dari kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak, serta terletak pada bagian kemasan pangan yang mudah di lihat dan dibaca. Dengan demikian label pangan sekurang-kurangnya memuat keterangan :

1. Nama produk
2. Daftar bahan yang digunakan
3. Berat bersih dan isi bersih
4. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau perusahaan yang memasukkan pangan ke dalam wilayah kota Dumai.

Yang melakukan sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang secara teknis ditangani oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM), didalamnya tertulis fatwa MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam ditinjau dari cara memproduksi, bahan-bahan yang digunakan, bahan tambahan itu semua harus diterangkan secara jujur kepada LPPOM MUI dan menjadi syarat pencantuman label halal dalam setiap produk.¹⁶ Sedangkan dalam pelaksanaannya di Indonesia, kegiatan labelisasi halal telah diterapkan lebih dahulu sebelum sertifikasi halal. Di Indonesia peraturan yang bersifat teknis yang mengatur masalah pelabelan halal antara lain keputusan bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama RI No. 427/Men.Kes/SKBMII/1985 (No. 68 Tahun 1985) Tentang Pencantuman Tulisan Halal Pada Label Makanan.¹¹

Berdasarkan Penelitian terdahulu, (Fina Rizqia, 2018) bahwa didapatkan hasil labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *halal food di Foodcourt Tunjangan Plaza Surabaya*. Hal serupa terjadi pada Penelitian (Iranita, 2008) bahwa labelisasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kemasan. Berdasarkan kajian teori labelisasi halal yang ada dalam penelitian ini penulis menggunakan (Fina Rizqia, 2018 dan Iranita, 2008), sebagai variabel X1 yaitu labelisasi halal.

Teori Keputusan Pembelian

Kebutuhan akan produk mengarah pada perilaku konsumen, yang selanjutnya akan menentukan pilihan-pilihan konsumsinya pada berbagai macam varian produk. Konsumen akan lebih selektif dalam memilih produk yang ditawarkan oleh para produsen agar produk yang dibeli sesuai dengan kebutuhan. Pada dasarnya, konsumen memilih varian produk mempunyai alasan tersendiri. Setiap konsumen dalam membeli suatu produk tentu ada faktor yang mempengaruhinya.

Adapun faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, sebagai berikut:

- a) Faktor budaya, terdapat unsur-unsur yang mendasari setiap budaya adalah nilai, bahasa, mitos, kebiasaan, ritual, dan hukum yang membentuk perilaku budaya, serta artefak, atau produk, dari perilaku itu saat ditransmisikan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Budaya itu meluas, meliputi semua hal yang dilakukan konsumen tanpa pilihan sadar. Secara fungsional, memberi ketertiban pada masyarakat. Hal ini dipelajari dari orang tua, guru, dan teman sebaya. Dinamis, beradaptasi dengan perubahan kebutuhan.
- b) Faktor Sosial, faktor sosial yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, meliputi keluarga, kelas sosial, siklus hidup, budaya, dan subkultur. Konsumen dapat menggunakan produk atau merek untuk diidentifikasi dengan atau menjadi anggota kelompok referensi.

¹¹ Iranita "Jurnal Pengaruh Labelisasi Halal produk Kemasan terhadap Keputusan Pembelian", 2018, hal 3

Pemimpin opini adalah anggota kelompok referensi yang mempengaruhi keputusan pembelian orang lain. Anggota keluarga juga mempengaruhi keputusan pembelian; Anak-anak cenderung berbelanja dalam pola seperti orang tua mereka. Pemasar sering menentukan target pasar mereka dalam hal siklus hidup konsumen, kelas sosial, budaya, dan subkultur; Konsumen dengan karakteristik serupa umumnya memiliki pola konsumsi yang serupa.

- c) Faktor Individu, identifikasi dan faktor individual yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen faktor pribadi atau individu mencakup jenis kelamin, usia, tahap siklus hidup keluarga, kepribadian, konsep diri, dan gaya hidup.
- d) Faktor Psikologis, keputusan pembelian individu dipengaruhi oleh faktor psikologis berikut: persepsi, motivasi, pembelajaran, dan kepercayaan dan sikap. Faktor inilah yang digunakan konsumen untuk berinteraksi dengan dunia mereka.

Keputusan merupakan perihal yang berkaitan dengan putusan segala, putusan yang telah ditetapkan (sesudah dipertimbangkan dipikirkan). Keputusan yaitu alternatif yang diambil untuk mendatangkan akibat yang sama dikemudian hari.¹²

Pembelian adalah proses, cara, perbuatan membeli. Keputusan Pembelian keputusan pembelian didasari pada informasi tentang keunggulan suatu produk yang disusun sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan merubah seseorang untuk melakukan keputusan pembelian.¹³

Tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada didalam kumpulan pilihan. Konsumen juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. keputusan pembelian barang/jasa sering kali melibatkan dua pihak atau lebih. Umumnya ada lima peranan yang terlibat. Kelima peran tersebut meliputi:¹⁴

1. Pemrakarsa (*initiator*), yaitu orang yang pertama kali menyarankan ide untuk membeli suatu barang/ jasa.
2. Pembawa pengaruh (*influencer*) yaitu orang yang memiliki pandangan atau nasihat yang mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Pengambil keputusan (*decider*), yaitu orang yang menentukan keputusan pembelian.
4. Pembeli (*buyer*), yaitu orang yang melakukan pembelian secara nyata.
5. Pemakai (*user*), yaitu orang yang mengkonsumsi dan menggunakan barang/jasa yang dibeli.

Proses pengambilan keputusan sangat bervariasi. Ada yang sederhana. membagi proses pengambilan keputusan ke dalam tiga jenis, yaitu pengambilan keputusan yang luas,

¹² Asri Marwan, "Marketing", Yogyakarta: BPF, 1986, hal. 20

¹³ Tjiptono Fandi, "Jurnal Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi", 2008, hal. 141

¹⁴ Wan satria adilla. "Jurnal Pengaruh label halal terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk makanan kemasan", 2017, hal. 17

pengambilan keputusan terbatas, dan pengambilan keputusan yang bersifat kebiasaan.¹⁵

Komposisi Bahan Makanan

Komposisi Bahan makanan adalah bahan-bahan yang terkandung di dalam makanan kemasan yang terjamin kualitas kesehatannya dan terbebas dari unsur haram.

Sebagian besar konsumen sangat serius untuk mengetahui apa yang mereka konsumsi dan informasi ini umumnya terdapat pada pelabelan makanan. Pada bagian pelabelan makanan inilah umumnya tercantum komposisi atau bahan-bahan apa saja yang digunakan dalam membuat makanan. Hal ini juga yang mempengaruhi perilaku membeli konsumen terhadap produk. Konsumen akan melihat label komposisi sebagai suatu pengetahuan untuk membeli produk atau tidak.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan dari bulan Januari – Juni 2020 pada masyarakat Muslim Kota Dumai dan pengusaha Kerupuk Cabe Mai Satun. Subyek dari penelitian ini adalah Masyarakat Muslim Kota Dumai, sedangkan Obyek Penelitian ini adalah Pengaruh Labelisasi Halal dan Komposisi Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Kerupuk Cabe Mai Satun Pada Masyarakat Muslim Kota Dumai.

Kerupuk Cabe Mai Satun adalah salah satu produk UKM di kota Dumai yang sudah menggunakan label halal pada produknya. Kerupuk Cabe Mai Satun adalah produk makan khas Dumai yang sudah terkenal, terkenal bukan hanya di dalam kota saja tetapi sudah sampai ke luar kota. Kerupuk cabe ini merupakan usaha milik ibu Mai Satun, dan ini lah sebabnya label kerupuk cabenya di beri nama Kerupuk Cabe Mai Satun. Kerupuk Cabe Mai Satun sudah berjalan 19 tahun dari tahun 2001 sampai saat ini 2020. Yang beralamat di Jl. Raja Ali Haji Gg. Indah Sari RT. 023 Kel. Purnama Kec. Dumai Barat kota Dumai.

Hasil Dan Pembahasan

Dari hasil penelitian diperoleh koefisien transformasi regresi sebesar 0,471 dan bernilai positif dengan nilai sig (0,000) < 0,05 berarti labelisasi halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil penelitian koefisien transformasi regresi sebesar 0,309 dan bernilai positif dengan nilai sig (0,000) < 0,05 berarti komposisi bahan makanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil uji F hitung sebesar 28,689 dengan signifikasinya sebesar 126,531 dengan signifikasinya sebesar 0,000 yang nilai tersebut dibawah 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen sehingga hipotesis yang diajukan yaitu variabel independen labelisasi halal dan komposisi bahan makanan secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Artinya, setiap perubahan terjadi pada variabel independen yaitu labelisasi halal dan komposisi bahan makanan secara simultan akan berpengaruh pada keputusan pembelian.

Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian skripsi yang berjudul Pengaruh Labelisasi Halal dan

¹⁵ Tjiptono, op. Cit. hal. 20

Komposisi Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Kerupuk Cabe Mai Satun Pada Masyarakat Muslim Kota Dumai, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Labelisasi Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Kerupuk Cabe Mai Satun pada Masyarakat Muslim Kota Dumai, dilihat dari koefisien regresi variabel Labelisasi Halal (X1) sebesar 6,121; artinya jika Labelisasi Halal mengalami peningkatan 1 maka Keputusan Pembelian mengalami peningkatan 6,121. Koefisien bernilai positif artinya Labelisasi Halal berpengaruh positif dengan Keputusan Pembelian, semakin baik Labelisasi Halal, maka semakin baik pula Keputusan Pembelian.
2. Komposisi Bahan Makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Kerupuk Cabe Mai Satun pada Masyarakat Muslim Kota Dumai, dilihat dari koefisien regresi variabel Komposisi Bahan Makanan (X2) sebesar 7,410; artinya jika Komposisi Bahan Makanan mengalami peningkatan 1 maka Keputusan Pembelian mengalami peningkatan 7,410. Koefisien bernilai positif artinya Komposisi Bahan Makanan berpengaruh positif dengan Keputusan Pembelian, semakin baik Komposisi Bahan Makanan, maka semakin baik pula Keputusan Pembelian, semuanya memiliki sig < dari 0,05 yang artinya signifikan.
3. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil uji F hitung sebesar 28,689 dengan signifikasinya sebesar 126,531 dengan signifikasinya sebesar 0,000 yang nilai tersebut dibawah 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen sehingga hipotesis yang diajukan yaitu variabel independen labelisasi halal dan komposisi bahan makanan secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Artinya, setiap perubahan terjadi pada variabel independen yaitu labelisasi halal dan komposisi bahan makanan secara simultan akan berpengaruh pada keputusan pembelian.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa saran yang ingin disampaikan penulis sebagai berikut:

1. Bagi para produsen produk makanan kemasan, sebaiknya mempertimbangkan kedua faktor yang sudah diteliti pada penelitian ini yakni labelisasi halal dan komposisi bahan makanan pada label logo halal makanan kemasan dalam membuat sebuah produk makanan.
2. Bagi para konsumen umat islam dalam membeli makanan kemasan harus memperhatikan kehalalannya, yang ditunjukkan dengan logo halal resmi dari BPOM pada kemasan produk.
3. Bagi pemberi label halal yang berwenang BPOM dapat memprogramkan kegiatan sosialisasi dalam forum-forum keagamaan yang ditujukan kepada pembeli atau konsumen muslim tentang pentingnya label halal pada produk makanan kemasan.
4. Untuk pemerintah perlu memberikan dukungan kepada pelaku UMKM atau pelaku produsen makanan melalui subsidi atau bantuan gratis, ini sangat penting untuk pengembangan usaha pelaku UMKM.
5. Penelitian selanjutnya diharapkan meneliti variabel-variabel di luar variabel yang sudah



JURNAL AL-HISBAH

Fakultas Ekonomi Islam IAITF Dumai

Jl. Utama Karya II No.3 Bukit Batrem, Dumai Timur, Kota Dumai, Riau

Kode Pos: 28826 E-Mail: ejournaliaitf@gmail.com

diteliti pada penelitian ini karena berdasarkan hasil dari koefisien regresi sebesar 0,506 atau 50,6 %. Hal ini berarti 50,6 % dari variabel dependen Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel independen Labelisasi Halal dan Komposisi Bahan Makanan, sedangkan sisanya sebesar 0,404 atau 40,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



Daftar Pustaka

- Adisasmito, Wiku. (2008). *“Sistem Kesehatan”*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Aisyah, Muniaty. (2007). *“Jurnal Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi Instan Indofood”*.
- Asrina, (2015). *“Jurnal Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetik di kota Makassar (studi kasus pada Giant supermarket Alauddin)”*.
- Asri, Marwan, (1986). *“Marketing”*. Yogyakarta: BPFE.
- Bhuno Agung, Nugroho. (2003). *“Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitiandengan SPSS”*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Departemen Agama RI, (2009). *“Al- Qur’an, Terjemah, Tafsir, Tajwi”*. Bandung: Jabal.
- Departemen Pendidikan Nasional, (2007). *“Kamus Besar Bahasa Indonesia”*. Jakarta: Balai Pustaka, Cet. IV.
- Data Bidang UMKM Dinas Perindustrian Koperasi dan UKM Kota Dumai. Data Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) kota Dumai. Fadhlán, Mudhafier, (2004). *“Makanan Halal”*. Jakarta: Zakia Press.
- Farid, Wajdi. (2019), *“Jaminan Produk Halal Di Indonesia”*. Depok : PT Raja Grafindo Persada, Cet. I .
- Fauziah, Diah Retno, (2019). *“Jurnal Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian”*.
- Hasan. (2004). *“Pokok-pokok Materi Metode Penelitian dan Aplikasinya”*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Hasan, Iqbal, (2004). *“Jurnal Analisis data penelitian dengan statistic”*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- <https://id.m.wikipedia.org/wiki/bahan/makanan>
- Iranita. (2008). *“Jurnal Pengaruh Labelisasi Halal Produk Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian”*.
- Kadir. (2015). *“Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian”*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Klimchuk., Marianne., A. Krasovec., Sandra. (2006). *“Desain Kemasan”*. Jakarta: Erlangga.
- Koestoro., Basrowi.(2006). *“Strategi Penelitian Sosial”*. Surabaya: Yayasan Kampusiana.
- Kotler, Philip, (2002). *“Principles of Marketing (10th Ed)”*. Pearson Prentice Hall , New Jersey.
- Kurnia, Dewi. (2013). *“Jurnal Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan”*.
- Lubis, Faradillah, (2017). *“Jurnal Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang pada Masyarakat Kota Palembang”*.
- Mussry, Jacky. (2010). *“Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran”*. HermawanKartajaya. Surabaya: Erlangga.
- Nugroho, Setiadi. (2003). *“Perilaku Konsumen”*. Jakarta: Kencana.
- Putri, Tengku. (2016). *“Jurnal Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian*



JURNAL AL-HISBAH

Fakultas Ekonomi Islam IAITF Dumai

Jl. Utama Karya II No.3 Bukit Batrem, Dumai Timur, Kota Dumai, Riau

Kode Pos: 28826 E-Mail: ejournaliaitf@gmail.com

Sosis di kuala Simpan”.

Restu Hidayah, Erna. (2016). “*Jurnal Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian (studi pada depot air mineral shofiro Bantarsoka, Purwokerto, Banyumas)*”.

RickyW, Griffin., Ronald J, Elbert. (2007). “*Bisnis*”. Edisi Ke-8 , Jakarta: Erlangga.

Rizqia, Fina. (2018). “*Jurnal Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Halal Food*”.

Satria Adilla, Wan. (2017). “*Jurnal Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Makanan Kemasan*”.

Satun, Mai. (2020). “*Wawancara*”. Jl. Raja Ali Haji Gg. Indah Sari Kota Dumai.

Sharif Chaudry, Muhammad. (2014). “*Sistem Ekonomi Islam*” terj. Suherman Rosyid, Jakarta: Kencana, Cet. II.

Sudarni. (2014). “*Jurnal Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Perilaku Konsumen Memilih Produk Makanan*”.

Sugiyono. (2014). “*Statistika untuk Penelitian*”. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandi. (2008). “*Jurnal Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi*”.

Wahyu, Budi. (2013). “*Jurnal Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Membeli*”.

Waskito, Danang. (2015). “*Jurnal Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal*”.

Wikipedia, “LPPOM MUI”, http://id.wikipedia.org/wiki/LPPOM_MUI.

Yunus., Rashid., Ariffin., Rashid. (2014). “*Journal International Muslim’s Purchase Intention towards Non-Muslim’s Halal Packaged Food Manufacturer*”