

PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN HALAL DAN BAHAN MAKANAN TERHADAP MINAT BELI MAKANAN KULINER

THE EFFECT OF HALAL LABELS, HALAL AWARENESS AND FOOD MATERIALS ON INTEREST TO BUY CULINARY FOODS

Ahmad Izzuddin

Universitas Muhammadiyah Jember

Email: Izzudin@unmuhjember.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal, kesadaran halal dan bahan makanan terhadap minat beli makanan kuliner pecel Garahan Jember. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa universitas Muhammadiyah Jember yang telah merasakan membeli makanan pecel Garahan Jember. Sampel yang digunakan sebanyak 112 yang diperoleh dengan mengalikan jumlah indikator dikalikan 10. Uji instrument dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel terikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kesadaran halal dan bahan makanan berpengaruh terhadap minat beli Nasi Pecel Garahan Jember. Tetapi label halal tidak berpengaruh terhadap minat beli Nasi Pecel Garahan, yang artinya meski tidak ada label halal dibungkus nasi pecel garahan, sebenarnya responden tetap membeli nasi pecel garahan.

Kata Kunci: kuliner, label halal, kesadaran halal, bahan makanan, minat beli.

ABSTRACT

This study aims to find out the effect of halal labels, halal awareness and food ingredients on buying food interests in pecel Garahan Jember. The population of this research is all students of Muhammadiyah Jember University who have experienced buying food from Pecel Garahan Jember. The sample used was 112 which was obtained by multiplying the number of indicators multiplied by 10. Test the instrument carried out by testing the validity and reliability test. Multiple linear regression analysis was used to determine the effect of independent variables on the dependent variable. The results showed that the awareness of halal and food ingredients had an effect on buying interest in Rice Pecel Garahan Jember. But the halal label has no effect on buying interest in Rice Pecel Garahan, which means that even though there is no halal label wrapped in garahan rice, the respondents actually buy pecel garahan rice.

Keywords: Culinary, halal labels, halal awareness, food ingredients, buying interest.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara dengan beragam suku, budaya, dan agama. Keragaman tersebut disatukan dengan pedoman “bhineka tunggal ika” yg berarti “berbeda beda tapi tetap satu jua”. Keberagaman suku yang ada di Indonesia menghasilkan berbagai hal yang unik-unik, seperti halnya rumah, pakaian, nyanyian, tarian, dan makanan. Berbagai makanan yang dihasilkan suku-suku yang dulunya dianggap sebagai kekayaan bangsa yang hanya dinikmati suku itu sendiri, sekarang berubah menjadi wisata, yang sekarang lebih dikenal dengan istilah “wisata kuliner”.

Pemerintah Indonesia sangat mendukung program wisata kuliner ini, bahkan ingin menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata kuliner terfavorit di dunia yang berdaya saing. serangkaian upaya yang terus dilakukan termasuk promosi ke luar negeri dan di dalam negeri serta meningkatkan rasa cinta dan minat masyarakat terhadap kuliner tradisional nusantara. Wisata kuliner ini mampu membantu ekonomi masyarakat, khususnya dalam hal bisnis skala kecil. Pemerintah mencatat pada 2013 sektor kuliner memberikan kontribusi nilai tambah bruto sebesar Rp208,6 triliun dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 4,5 persen dari tahun 2012-2013. Sektor kuliner juga menyerap tenaga kerja sebesar 3,7 juta orang dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 0,26 persen. Unit usaha yang tercipta dari sektor kuliner tercatat sebesar 3,0 juta dengan rata-rata pertumbuhan 0,9 persen. Oleh karena itu wisata kuliner diyakini mampu menjadi unsur utama yang berfungsi sebagai perekat terhadap rangkaian berwisata, mengingat kepariwisataan merupakan sektor yang multi-atribut dan prospektif sebagai pintu gerbang sekaligus citra pariwisata Indonesia.

Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam terbesar di Asia Tenggara yakni sebesar 207.176.162 (www.bps.go.id). Jumlah penduduk islam yang banyak tersebut merupakan pasar potensial bagi berbagai produsen barang dan jasa, Meskipun masing-masing konsumen muslim memiliki kadar kepatuhan terhadap syariah yang berbeda-beda tergantung tingkat religiusitas mereka, secara umum konsumen muslim akan memiliki sikap yang positif terhadap produk-produk yang menggunakan pendekatan halal dalam proses pemasaran mereka (Aliman dan Othman, 2007). Konsumen muslim di Indonesia mencari sertifikasi halal otentik yang dikeluarkan oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia). Sertifikasi ini memberikan kewenangan bagi perusahaan dalam penggunaan logo halal untuk dicetak pada kemasan produk atau untuk dipajang di premis perusahaan (www.halalmui.org).

Populasi muslim di dunia untuk saat ini mendekati angka 2 milyar. Menurut Kettani (2010) estimasi populasi muslim akan mencapai 2,049 milyar jiwa pada tahun 2020. Populasi muslim di seluruh dunia diperkirakan mencapai 2,049 milyar jiwa dengan populasi terbesar muslim di dunia berada pada benua Asia dengan persentase sebesar 70.94% dan di posisi kedua diikuti oleh benua Afrika dengan persentase sebesar 26.47%. Populasi muslim tumbuh secara berkala sebesar 1,75 % tiap tahunnya (Kettani, 2010). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah umat muslim semakin tumbuh dengan pesat tiap tahunnya. Meningkatnya jumlah umat muslim, berdampak pada meningkatnya jumlah permintaan konsumsi makanan halal secara pesat sejalan dengan ekspansi 2,1 miliar populasi muslim di seluruh dunia. Perkembangan pasar halal di seluruh dunia adalah sekitar USD 2,1 triliun dan pada tahun 2011 diperkirakan bahwa perkembangan pasar untuk sektor makanan halal adalah USD 661 milyar (World Halal Forum, 2011). Pasar halal tumbuh cepat dan meningkat sekitar 25% per tahun (Dewan Ekonomi, 2011). Makanan halal menjadi bisnis yang menguntungkan tidak hanya di

kalangan negara-negara dengan mayoritas muslim tetapi juga negara-negara non-muslim (Ahmad, Abaidah, Yahya, 2013).

Masyarakat Indonesia sebagai produsen dan penikmat kuliner, khususnya yang beragama islam hendaknya sangat memperhatikan tentang ke halalan produknya, sesuai dengan perintah Allah dalam al-quran, pada surat al-baqarah (2) 168 dan al-maidah (3) 88, yang isinya mewajibkan umat islam memakan makanan yang halal dan baik. halal dalam islam meliputi 2 syarat penting yaitu halal barangnya dan halal prosesnya. Konsumen Muslim yang merupakan mayoritas penduduk di Indonesia adalah pihak yang paling dirugikan dengan banyaknya komoditas pangan tanpa label halal. Kepastian halal-tidaknya sebuah produk tentunya harus melalui mekanisme yang sesuai dengan ketentuan ajaran Islam. Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang selama ini memiliki otoritas untuk memberikan sertifikasi halal. Sertifikat halal merupakan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) yang menyatakan suatu produk sudah sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat halal ini dapat digunakan untuk pembuatan label halal.

Komitmen Majelis Ulama Indonesia (MUI) secara terus-menerus melakukan penelitian dan selanjutnya memberikan label halal terhadap berbagai jenis makanan, kosmetik dan daging olahan yang beredar di masyarakat dalam berbagai kemasan secara kontinu terus dilaksanakan dalam upaya memberikan kepastian status makanan yang akan dikonsumsi dan produk kosmetik yang akan dipakai. Pangan halal merupakan pangan yang memenuhi syariat agama Islam baik dari segi bahan baku, bahan tambahan yang digunakan maupun cara produksinya sehingga pangan tersebut dapat dikonsumsi oleh orang Islam tanpa berdosa. bahan pangan yang dikonsumsi tidak boleh ada kontaminasi dengan bahan yang meragukan sedikit pun, apalagi dengan yang haram sehingga menyebabkan produk pangan menjadi syubhat atau diragukan kehalalannya. Produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam, yaitu: (1) Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi. (2) Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran dan lain-lain. (3) Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam. (4) Semua tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya maka terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam. (5) Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar. Ada dua urgensi sertifikasi halal, yaitu: (1) Pada aspek moral sebagai bentuk pertanggung jawaban produsen kepada konsumen. (2) Pada aspek bisnis sebagai sarana pemasaran, meningkatnya kepercayaan dan kepuasan konsumen.

Allah telah menegaskan dalam al qur'an surat al maidah ayat 3: "Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, dan daging babi" QS (5: 3). Dari surat diatas Allah hanya memerintahkan umat manusia hanya mengonsumsi makanan yang halal saja. Halal atau tidak merupakan suatu keamanan pangan yang sangat mendasar bagi umat islam. Konsumen islam cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal daripada produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang (Sumarwan, 2011)

Menurut penelitian Salehudin dan Lutfi (2011) sertifikasi halal secara signifikan berpengaruh terhadap minat beli konsumen terhadap produk halal. Penelitian yang

dilakukan oleh hussain, ismail, dan yunus (2016) mengenai pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian, menghasilkan penemuan lain, yaitu label halal berpengaruh negative terhadap keputusan pembelian. Menurut Shaari dan Arifin (2010) kesadaran halal merupakan tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen muslim untuk mencari dan mengkonsumsi produk halal sesuai dengan syariat Islam.

Kesadaran muslim ditandai dengan adanya pengetahuan mengenai proses penyembelihan, pengemasan makanan, dan kebersihan makanan sesuai dengan hukum Islam. Penelitian yang dilakukan oleh Yunus, Rashid, Ariffin, dan Rashid (2013) menyatakan bahwa kesadaran halal suatu muslim berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen terhadap suatu produk. Penelitian yang dilakukan ismi (2017) tentang pengaruh label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik, menghasilkan penemuan bahwa label halal dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. pengaruh label halal, terhadap keputusan pembelian yang ternyata lebih kecil dari pada pengaruh citra merek, menjadikan masalah baru, yaitu rendahnya kesadaran halal kaum muslim, karena kehalalan sebuah produk seharusnya menjadi perhatian yg penting dari pada sekedar gaya hidup.

Menurut Yunus, Rashid, Ariffin, dan Rashid, (2014) bahan makanan (food ingredients) adalah bahan-bahan yang digunakan dalam membuat suatu produk makanan. Bahan makanan menjadi salah satu faktor penentu dalam memprediksi bagaimana minat beli konsumen terhadap suatu produk makanan (Johri and Sahasakmontri, 1998). Menurut penelitian Yunus, Rashid, Ariffin, dan Rashid (2014) terkait minat membeli produk halal menunjukkan bahwa komposisi bahan-bahan yang terdapat dalam produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat membeli konsumen muslim. Disisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Hussin, Hashim, Yusof, dan Alias (2013) terkait dengan minat membeli konsumen muslim pada produk halal menunjukkan hal yang berbeda. Penelitian tersebut membuktikan bahwa komposisi atau bahan-bahan yang terdapat pada produk berpengaruh negatif signifikan terhadap minat membeli konsumen.

Sebagian masyarakat muslim yang kurang memperhatikan tentang pentingnya mengetahui bahan-bahan pembuatan produk, baik yang berupa makanan atau produk kecantikan, mengakibatkan banyaknya oknum-oknum yang secara sengaja melakukan pencampuran antara bahan yang halal dengan bahan yang tidak halal. Masih banyak konsumen di Indonesia yang tetap membeli makanan di toko atau warung makan tanpa ada label halal yang dicantumkan pada warung tersebut (www.republika.co.id). Hal ini yang melatar belakangi para pengusaha enggan mendaftarkan produk mereka untuk segera memiliki sertifikat halal. Menurut data Badan Standarisasi Nasional (BSN) produk di Indonesia yang terdaftar dan memilki sertifikat halal hanya sebesar 20% (www.detik.com). Kejadian bakso celeng, merupakan sedikit gambaran bahwa, masih minimnya pengetahuan masyarakat muslim tentang konsep halal dan haram, dan banyaknya konsumen yang ikut mengkonsumsi makanan haram tersebut, membuktikan tentang mulai rendahnya kesadaran akan pentingnya memilih makanan yang halal. Banyak produk makanan yang tidak halal atau belum bersertifikat halal, seharusnya menjadi PR bagi pemerintah untuk melindungi masyarakat islam Indonesia, selain itu masyarakat islam Indonesia juga harus pandai memilih jenis makanan yang halal dan yang haram, sehingga dapat mengurangi kasus “makanan haram”.

Kota Jember merupakan salah satu kota di Jawa Timur yang letaknya sebelum kota Banyuwangi. Kota Jember memiliki banyak tempat wisata yang bagus. Indah dan alami seperti pantai Pupuma, Teluk Love, Pantai Pancer, wisata Rembangan dan lain-lain. Selain tempat wisata yang indah, Jember juga memiliki event yang sangat terkenal hingga ke internasional yaitu Jember Fashion Carnival (JFC). Kota Jember juga memiliki wisata kuliner dengan menu yang lezat dan sangat enak. Berikut ini adalah berbagai macam wisata kuliner: Pecel Pincuk Garahan Jember, Warung Gudeg Dan Pecel Lumintu, Martabak Dan Terang Bulan King Jember, Roti Ciliwung Jember, Soto Ayam Dahlok. Berbagai makanan yang terdapat di Kota Jember, sebagian ada yang memiliki label halal, adapula yang belum. Penelitian ini fokus pada salah satu kuliner Kota Pandalungan ini, yaitu nasi pecel garahan. Pecel adalah sejenis makanan yang terbuat dari nasi yang diberi bumbu kacang dan sayur, Pincuk itu identik dengan tempatnya, yang terbuat dari daun pisang yang dibuat sedikit mengerucut, sedangkan Garahan adalah nama desa di daerah Kabupaten Jember paling ujung timur perbatasan dengan Kabupaten Banyuwangi. Sensasi rasa semakin terasa nikmat, jika dilengkapi dengan kerupuk merah atau rempeyek dengan bumbu kacangnya yang sedikit pedas. Ditambah, minuman teh hangat dengan bungkus plastik yang sengaja dijual sebagai penawar pedas.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Label

Label mempunyai hubungan erat dengan pemasaran. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi tentang apa yang ada dalam penjual dan produk itu sendiri. Pemberian label (labeling) merupakan elemen produk yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen (Sinamora, 2000). Secara umum, label minimal harus berisi nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk, dan keterangan legalitas (Apriyantono A dan Nurbowo, 2003). Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau bisa sebagai tanda pengenal yang melekat dalam kemasan.

Pengertian Halal

Halal berasal dari kata Arab yang berarti melepaskan atau tidak terikat. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dilakukan secara bebas atau tidak terikat oleh hal-hal yang melarangnya. Sedangkan yang dimaksud dengan makanan halal menurut Himpunan Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah makanan yang dibolehkan memakanya menurut ajaran Islam (Departemen Agama, 2003). Sertifikat halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan suatu kehalalan produk menurut syariat Islam. Sertifikat ini merupakan syarat apabila ingin mendapatkan pencantuman label halal dari instansi pemerintah yang berwenang.

Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi kehalalan sesuai dengan syariat Islam (Burhanuddin, 2011). Dalam Al-Qur'an, Allah memerintahkan agar manusia mengonsumsi makanan dan minuman yang sifatnya halal dan thayyiban. Firman Allah dalam Surat Al-Baqarah ayat 168: yang Artinya: "Hai 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". Halal adalah sesuatu yang diperbolehkan menurut

ajaran Islam. Seperti yang telah terkandung di dalam firman Allah Surah Al-Ma'idah ayat 88: yang Artinya: "Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah Telah rezeikikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya". Agama Islam merupakan agama yang sangat bijak dalam mengatur umatnya agar tidak memakan makanan yang haram dengan menjelaskan semua yang halal dimakan maupun yang diharamkan. Allah telah menciptakan bumi lengkap dengan isinya agar manusia dapat memilih dan tidak mengikuti langkah-langkah syaitan yang selalu menggoda manusia untuk mengikuti jalanya (Qardhawi, 1993).

Pengertian Label Halal

Berdasarkan peraturan pemerintah nomor 69 tahun 1999, label halal tentang label halal dan iklan pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan dalam pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada dan atau merupakan bagian kemasan pangan. Menurut peraturan pemerintah Pasal 10 pasal 9, setiap orang yang memproduksi dan mengemas pangan yang dikemas keseluruh wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat islam bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan halal pada label.

Kesadaran Halal (Halal Awareness)

Menurut Praslova-Forland dan Divitini (2003) kesadaran sosial adalah kesadaran dari sebuah situasi sosial dalam sebuah grup atau komunitas dalam suatu lingkungan tertentu, dalam hal ini dapat berwujud, tidak berwujud ataupun keduanya. Hal ini meliputi peraturan yang dibuat oleh manusia, aktivitas, posisi, status, tanggung jawab, koneksi sosial, dan proses pembuatan kelompok dalam rentang waktu singkat menuju rentang waktu yang lama dalam lingkungan sosial.

Kesadaran merupakan kemampuan untuk memahami, merasakan, dan menjadi sadar akan suatu peristiwa dan objek. Kesadaran adalah konsep tentang menyiratkan pemahaman dan persepsi tentang peristiwa atau subjek (Aziz & Vui, 2013). Menurut Ahmad, Abaidah, dan Yahya (2013) kesadaran halal diketahui berdasarkan mengerti tidaknya seorang Muslim tentang apa itu halal, mengetahui proses penyembelihan yang benar, dan memprioritaskan makanan halal untuk mereka konsumsi. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal adalah suatu pengetahuan muslim tentang konsep halal, proses halal, dan menganggap bahwa mengkonsumsi makanan halal merupakan hal yang penting bagi dirinya.

Bahan Makanan (Food Ingredients)

Bahan makanan adalah bahan-bahan apa saja yang terkandung dalam produk makanan. Menurut Yunus et al., (2014) peran pengetahuan, informasi, dan Islam sangat penting bagi umat muslim dalam memilih makanan yang akan mereka konsumsi. Dalam perspektif Islam, bahan produk dapat mencakup beberapa isu yang perlu dipertimbangkan. Isu disini termasuk isu-isu keakraban konsumen pada bahan dan kualitas serta keamanan isi makanan. Itulah sebabnya pengetahuan tentang bahan produk menjadi penting sebagai pertimbangan konsumen dalam memilih produk.

Minat Beli (Purchase Intention)

Minat Beli (Purchase Intention) adalah kecenderungan konsumen untuk membeli sesuatu atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan membeli dan diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan membeli (Assael,2001). Diukur dengan pernyataan ingin membeli-tidak membeli, akan membeli-tidak akan membeli, akan melakukan membeli ulang tidak akan melakukan membeli ulang. Niat adalah keadaan dimana seseorang bersedia melakukan perilaku dan dianggap sebagai perilaku langsung (Ajzen, 1985). Berdasarkan Theory Planned Behavior (Ajzen, 1991), TPB berkaitan dengan sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Unsur-unsur ini digunakan dalam upaya untuk memahami niat orang untuk terlibat langsung atau tidak langsung dalam sejumlah kegiatan seperti kemauan untuk berpendapat dan kemauan memberikan sesuatu (Hrubes, Ajzen & Daigle, 2001). Pengukuran langsung dari faktor penentu dapat diartikan sebagai yang sikap mengacu pada penilaian evaluatif tentang keuntungan dan kerugian dari melakukan suatu tindakan, sementara norma subjektif mengacu pada persepsi seseorang atas tekanan sosial untuk melakukan perilaku, dan persepsi kontrol perilaku yakni menyangkut rasa percaya diri yang tinggi dari suatu individu untuk melakukan suatu tindakan (Fishbein & Ajzen, 2005).

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau menjelaskan hubungan kausal antara variabel melalui pengujian hipotesis Singarimbun dan Efendi (1995:65). Dengan metode survei yang penyelidikannya dilakukan untuk memperoleh fakta dari gejala yang faktual, dimana informasi dikumpulkan dari jawaban responden yang dijadikan obyek penelitian dengan memberikan kuesioner.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono(2001:90). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa muslim di universitas muhammadiyah jember yang pernah menikmati nasi pecel garahan.

Sampel adalah bagian suatu obyek yang mewakili populasi. Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yaitu dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pemilihan sampel secara cermat dengan menggunakan ciri-ciri atau syarat-syarat tertentu atau spesifik Tika (2006:46). Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Sekaran, (2003:254) yaitu ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian. sampel. Ferdinand (2002:51) menyatakan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5-10. Maka jumlah sampel pada penelitian ini ditetapkan sebesar 112 responden, yang diperoleh dari jumlah seluruh variabel indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 14, kemudian dikalikan ($14 \times 8 = 112$).

Identifikasi variabel

a. Label Halal (X_1)

Label halal adalah Berdasarkan peraturan pemerintah nomor 69 tahun 1999, label halal tentang label halal dan iklan pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan dalam pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada dan atau merupakan bagian kemasan pangan. Menurut peraturan pemerintah Pasal 10 pasal 9, setiap orang yang memproduksi dan mengemas pangan yang dikemas keseluruh wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat islam bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan halal pada label.

Indikator variabel label halal adalah

1. Gambar logo halal ($X_{1.1}$)
2. Tulisan yang menjelaskan kehalalan produk ($X_{1.2}$)
3. Kombinasi gambar dan tulisan yang menjelaskan kehalalan produk ($X_{1.3}$)
4. Bentuk lainnya yang disertakan dalam pangan yang menjelaskan kehalalan produk ($X_{1.4}$)

b. Kesadaran Halal (Halal Awareness) (X_2)

Kesadaran halal atau halal awareness merupakan tingkat pemahaman umat muslim dalam mengetahui isu-isu terkait konsep halal. Pengetahuan tersebut termasuk didalamnya memahami apa itu halal dan bagaimana proses produksi suatu produk sesuai standar halal dalam Islam. Pengukuran variabel halal awareness mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh dewi kirana windisukma (2015) yang menggunakan beberapa indicator, yaitu

1. Memperhatikan logo halal sebelum mengkonsumsi produk ($X_{2.1}$)
2. Berusaha menghindari produk yang syubhat (tidak jelas/ meragukan kehalalannya) ($X_{2.2}$)
3. Selalu mengkonsumsi produk yang halal ($X_{2.3}$)

c. Bahan Makanan (Food Ingredients) (X_3)

Bahan makanan atau food ingredients didefinisikan sebagai bahan-bahan yang terkandung dalam suatu produk yang memastikan bahwa produk tersebut halal atau tidak. Komposisi makanan ini dapat dilihat dari pelabelan makanan pada kemasan produk. Komposisi makanan ini menjadi tambahan pengetahuan bagi konsumen untuk memilih produk mana yang akan mereka beli. Pengukuran variabel komposisi makanan atau food ingredients mengacu pada beberapa indicator yang pernah digunakan dalam penelitian Yunus, Rashid, Ariifin, Rashid (2013) yaitu

1. Bahan-bahan yang dipakai dalam suatu produk mencerminkan kehalalan suatu produk ($X_{3.1}$)
2. Saya akan membeli makanan yang sudah jelas halal komposisi makanannya ($X_{3.2}$)
3. Informasi kandungan makanan dalam pelabelan sangat penting. ($X_{3.3}$).

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Validitas adalah suatu alat yang digunakan untuk menguji keterkaitan atau hubungan item pertanyaan dalam satu variabel. Alat uji yang digunakan untuk mengukur validitas adalah korelasi Product Moment Person. Suatu instrument dikatakan valid apabila taraf probabilitas kesalahan ($\text{sig} \leq 0,05$ dan $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, sebaliknya suatu instrumen dikatakan tidak valid apabila taraf probabilitas kesalahan ($\text{sig} \geq 0,05$ dan $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$) (Arikunto, 2002 : 160).

Uji Reliabilitas adalah kestabilan suatu alat pengukuran dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur tersebut dan sebaliknya jika reliabilitas pengukur tersebut rendah maka alat tersebut tidak stabil dalam mengukur suatu gejala. Hasil reliabilitas dihitung menggunakan bantuan SPSS ver 13 for wind. Dengan ketentuan (Ghozali, 2005:42) :

Analisis Regresi linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi bagaimana perubahan nilai variabel terikat bila nilai variabel terikat tersebut, nilai variabel bebas dinaikkan atau diturunkan nilainya. Dalam menjawab permasalahan dalam penelitian ini, maka digunakan analisis linier berganda, yang pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas, dengan tujuan mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai variabel terikat yang diketahui (santosa, 2005). Persamaan umum untuk mengetahui regresi berganda adalah (Ghozali, 2011:85): $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil rekapitulasi dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak atau mayoritas responden yang mengkonsumsi nasi pecel garahan adalah responden yang berusia diantara 18 tahun, dengan jumlah presentase 51,3%. Jika melihat data yang didapatkan dari penelitian ini, dapat terlihat kalau ternyata makanan nasi pecel garahan tidak hanya disukai oleh kalangan dewasa, tapi disukai oleh kalangan muda mudi, khususnya mahasiswa, yang mulai terbiasa berwisata kuliner.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan perhitungan dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak yang menjadi penikmat nasi pecel garahan adalah perempuan, meskipun jumlah responden yang laki-laki tidak terlampau jauh jumlahnya, dengan perbandingan 53,9 % dan 46,1 %. Dari data tersebut dapat diketahui kalau penikmat nasi pecel garahan, disukai baik kaum laki-laki maupun kaum perempuan.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Seringnya Makan Nasi Pecel

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa responden kebanyakan merupakan konsumen yang loyal, hal itu dapat terlihat dari jumlah responden yang sering makan nasi pecel sebanyak 66 responden atau 57,4% dari total responden, makan nasi pecel lebih dari 11 kali, kemudian disusul dengan terbanyak kedua, yaitu 35 responden yang makan nasi pecel lebih dari 6 kali. Secara keseluruhan responden dalam penelitian ini,

menyukai nasi pecel garahan, bisa jadi karena rasanya yang enak atau karena sensasi saat makan nasi pecelnya, saat di kereta api.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil perhitungan uji validitas menunjukkan bahwa masing-masing indikator yang digunakan baik dalam variabel independen (label halal, kesadaran halal dan bahan makanan) maupun variabel dependen (minat beli) mempunyai nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti indikator-indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* (α) lebih besar dari 0,50. Sesuai yang disyaratkan oleh Ghozali (2011) bahwa suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,50.

Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian regresi linear berganda berguna untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel independen (*Customer Relationship Marketing* dan Kualitas Layanan) terhadap variabel dependen (Loyalitas Nasabah). Berdasarkan pengujian dengan bantuan program *SPSS for Windows 17.0* diperoleh hasil yang dapat disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda

Variabel	Koef. Regresi	t _{hitung}	T _{tabel}	signifikan	Keterangan
Konstanta	9,977	6,273	1,98197	0,000	-
X ₁	0,026	1,271	1,98197	0,206	Tidak signifikan
X ₂	0,341	2,576	1,98197	0,011	Signifikan
X ₃	0,164	2,386	1,98197	0,016	Signifikan

Sumber: Data Diolah.

Berdasarkan hasil tersebut dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut: $Y = 9,977 + 0,026 X_1 + 0,341 X_2 + 0,164 X_3 + e$.

Pembahasan

Setelah dilakukan pengujian statistik baik secara parsial (individu) dengan menggunakan uji t maupun secara simultan (bersama-sama) dengan menggunakan uji F, maka analisis lebih lanjut dari hasil analisis regresi adalah:

Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli

Hasil uji regresi menunjukkan variabel label halal tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli dengan koefisien 0,026. Hal ini berarti factor pemberian label halal, keterangan halal, baik yang berupa kalimat, atau gambar, tidak menjadi penentu minat beli nasi pecel garahan jember.

Berdasarkan peraturan pemerintah nomor 69 tahun 1999, label halal tentang label halal dan iklan pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan dalam pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada dan atau merupakan bagian kemasan pangan. Menurut peraturan pemerintah Pasal 10 pasal 9, setiap orang yang memproduksi dan mengemas pangan yang dikemas keseluruhan wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat islam bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan halal pada label.

Nasi pecel garahan ini, oleh produsennya tidak diberi label halal, atau keterangan tentang kehalal produk, dikarenakan bungkus dari nasi pecel ini terbuat dari daun pisang, dan sulit memberi label halalnya pada bungkusnya, selain itu pengetahuan dari masyarakat, khususnya responden dalam penelitian ini bahwa nasi pecel itu merupakan makanan halal. Ada beberapa kegiatan yang sering dilakukan masyarakat baik di desa maupun di kota, yang terkadang untuk sajian makanannya menggunakan menu nasi pecel, sehingga menguatkan pemikiran masyarakat bahwa ada atau tidaknya label halal pada nasi pecel, tidak mempengaruhi minat beli. Melihat hasil dari kuisioner, sebenarnya beberapa responden ada yang mengatakan terdapat label halal pada banner yang dipasang diwarung pinggir jalan, meskipun tidak berupa label halal versi MUI, hanya tulisan halal saja.

Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli

Hasil uji regresi menunjukkan variabel kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan koefisien 0,341. Hal ini berarti responden memiliki pemahaman yang baik akan produk makanan yang halal dan yang tidak halal, dan mau mempraktekkan pemahaman atau pengetahuan yang responden miliki.

Kesadaran merupakan kemampuan untuk memahami, merasakan, dan menjadi sadar akan suatu peristiwa dan objek. Kesadaran adalah konsep tentang menyiratkan pemahaman dan persepsi tentang peristiwa atau subjek (Aziz & Vui, 2013). Menurut Ahmad, Abaidah, dan Yahya (2013) kesadaran halal diketahui berdasarkan mengerti tidaknya seorang Muslim tentang apa itu halal, mengetahui proses penyembelihan yang benar, dan memprioritaskan makanan halal untuk mereka konsumsi. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal adalah suatu pengetahuan muslim tentang konsep halal, proses halal, dan menganggap bahwa mengkonsumsi makanan halal merupakan hal yang penting bagi dirinya.

Kesadaran halal yang dimiliki oleh mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember sangat baik, hal ini merupakan bentuk keberhasilan fakultas ekonomi dalam menyelenggarakan pendidikan Al-Islam dan Kemuhammadiyaan. Program kultum yang dilakukan setiap selesai sholat dzuhur di masjid Al-Qolam universitas muhammadiyah jember, juga berperan dalam memantapkan mahasiswa untuk melakukan perilaku islami, dan dalam hal ini berkaitan dengan pemilihan makanan yang halal. Selain itu, hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Yunus, Rashid, Ariffin, dan Rashid (2013) menyatakan bahwa kesadaran halal suatu muslim berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen terhadap suatu produk.

1. Pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli

Hasil uji regresi menunjukkan variabel bahan makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan koefisien 0,164. Hal ini berarti informasi tentang bahan makanan merupakan hal yang penting untuk diketahui bagi konsumen karena bisa mempengaruhi minat beli suatu produk makanan. Dalam penelitian ini responden mengerti tentang bahan-bahan pembuatan pecel, yang sederhana yaitu bumbu kacang dan air. Biasanya komposisi suatu produk berada di bungkusnya, tetapi di bungkus nasi pecel garahan tidak ada, dan hal ini tidak mengurangi minat beli konsumen dikarenakan konsumen pada umumnya tahu bahan-bahan pembuatan nasi pecel garahan, sehingga tidak mengurangi minat beli konsumen.

Menurut Wandel (1997) 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. Dalam pemikiran Islam, makanan halal tidak hanya persoalan tentang mengandung bagian hewan yang tidak halal untuk dimakan atau digunakan oleh umat Islam. Namun, ada juga kriteria tertentu yang harus dianggap seperti makanan halal juga mencakup aspek keselamatan dan kualitas yang sangat terkait dengan penanganan, pengolahan, peralatan, alat bantu pengolahan, pengemasan, penyimpanan, transportasi, distribusi dan ritel (Ardayanti, Nashril & Helmi, 2013).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Yunus, Rashid, Ariffin, dan Rashid (2014) terkait minat membeli produk halal menunjukkan bahwa komposisi bahan-bahan yang terdapat dalam produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat membeli konsumen muslim.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesadaran halal dan bahan makanan berpengaruh terhadap minat beli nasi pecel garahan jember. Tetapi label halal tidak berpengaruh terhadap minat beli nasi pecel garahan, yang artinya meski tidak ada label halal dibungkus nasi pecel garahan, sebenarnya responden tetap membeli nasi pecel garahan.
2. Akan tetapi secara simultan label halal, kesadaran halal dan bahan makanan berpengaruh terhadap pembelian. Hal ini didasari oleh beberapa hasil penelitian dan teori, yang menyatakan bahwa label halal, kesadaran halal dan bahan makanan menjadi pertimbangan bagi munculnya minat beli kaum muslimin.

Saran

Mengacu pada hasil kesimpulan dan pembahasan, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak produsen nasi pecel garahan Jember, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran halal dan bahan makanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen, yang artinya sangat penting bagi konsumen untuk mengetahui keterangan bahan makanan dan keterangan halal, untuk meningkatkan minat beli, jadi sebaiknya produsen harus memikirkan bagaimana caranya memberi label berupa komposisi bahan makanan, sehingga konsumen tambah yakin akan kehalal produk nasi pecel garahan itu.
2. Sebagai acuan penelitian yang akan datang dengan tema sejenis diharapkan untuk dapat menambahkan variabel yang digunakan seperti inovasi produk, marketing mix dan lainnya sehingga hasil temuannya lebih baik dalam menjelaskan mengenai factor-faktor yang mempengaruhi minat beli nasi pecel garahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. A., Abaidah, T. N. T., & Yahya, M. H. A. (2013). A study on halal food awareness among Muslim customers in Klang. In 4th International conference on Business and Economic Research(pp. 1073–1087)
- Abdul Aziz, Y. & Vui, C. N. (2012). The role of Halal awareness and Halal certification in influencing non-Muslim's purchasing intention. Paper presented at 3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012) Proceeding, 1819-1830.
- Ajzen, I. (1991), "The Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211
- Ajzen, I. (1985), "From Intentions to actions: A Theory of Planned Behavior", Kuhl, J. And Beckmann, J. (Eds), *Action Control: From Cognition to Behavior*, Springer, Heidelberg, pp. 11-39
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The influence of attitudes on behavior. In D. Albarracín, B. T. Johnson, & M. P. Zanna (Eds.), *The handbook of attitudes* (pp. 173-221). Mahwah, NJ: Erlbaum
- Aliman, N.K. dan Othman, M.N. (2007) Purchasing Local and Foreign Brands: What Product Attributes Matter? Proceedings of the 13th Asia Pacific Management Conference, Melbourne, Australia, pp 400-411
- Al-Qur'an dan Terjemahannya. (2008). Departemen Agama RI. Bandung: Diponegoro
- Apriyantono, Anton dan Nurbowo,(2003) Panduan Belanja dan Konsumsi Halal,Jakarta: Khairul Bayaan
- Ardayanti, A., Nashril, T.T. A, & Helmi, A. (2013), A Study on Halal Food Awareness among Muslim Customers in Klang Valley, 4th International Conference on Business and Economic Research, Bandung, Indonesia, paper 1073.
- Arikunto, 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta
- 2008. *Metode penelitian bisnis*. Bandung: alfabeta
- Assael, Henry. (2001). *Consumer Behaviour* 6th Edition. Yew York: Thompson Learning
- Burhanuddin. 2011. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*. Malang: UIN-MALIKI PERS
- CAP (2006). *Panduan Persatuan Pengguna Pulau Pinang: Halal Haram, Persatuan Pengguna Pulau Pinang*, Malaysia.
- Che Man Y., Sazili A.Q. (2010) Food Production from the Halal Perspective. In: Guerrero Legarreta I., Alarcón-Rojo, A.D., Y.H. Hui, Alvarado C. *Handbook of Poultry Science and Technology*. 183-216.
- Danang Waskito (2015) pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal, bahan makanan terhadap minat beli produk makanan halal (studi pada mahasiswa muslim di yogyakarta).skripsi. Yogyakarta
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Panduan Sertifikasi Halal*, Jakarta: Departemen Agama RI, 2003.

- Dewi Kirana Windisukma (2015) pengaruh kesadaran halal, terhadap sikap dan implikasinya terhadap minat beli ulang. Skripsi. Semarang
- Dr.Jamal Abdul Nassir Shaari and Nur Shahira bt Mohd Arifin.2009. dimension of halal purchase intention: a preliminary study.serawak malaysia
- Ferdinand, Agusty. 2002. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Edisi kedua. Semarang: Badan Penelitian Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Kedua, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hrubes, D., Ajzen, I., & Daigle, J. (2001). Predicting hunting intentions and behavior: An application of the theory of planned behavior. *Leisure Sciences*, 23, 165-178.
- Hussin S. R.*, Hashim, H., Yusof, R. N. and Alias, N. N (2013) Relationship between Product Factors, Advertising, and Purchase Intention of Halal Cosmetic. *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum.* 21 (S): 85 - 100 (2013)
- Ismi Aziz Makrufah (2017) pengaruh citra merek dan label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik (studi pada konsumen di outlet laris kartasura). Skripsi.Surakarta
- Kettani, H. (2010) World Muslim Population. Proceeding of the 8th Hawaii International Conference on Arts and Humanities, Honolulu Hawaii
- [Lalit M. Johri, Kanokthip Sahasakmontri](#), (1998) "Green marketing of cosmetics and toiletries in Thailand", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 15 Issue: 3, pp.265-281.
- Nazahah, A . R & Sutina, J. (2012), The Halal Product Acceptance Model for the Religious Society, *Business & Management Quarterly Review*, 3(1), 17-25
- Philip Kotler, Keller, Kevin Lane.2003. Manajemen pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasi, pengendalian
- Prasolova-Førland, E., & Divitini, M. (2003). Collaborative Virtual Environments for supporting learning communities: An experience of use. In Proceedings of the ACM International Conference on Supporting Group Work (GROUP '03), Sanibel, Florida.
- Salehudin, I. dan Luthfi, B.A. (2011) Marketing Impact of Halal Labeling toward Indonesian Muslim Consumer's Behavioral Intention. *ASEAN Marketing Journal*, Vol 3 No 1, June 2011. ISSN 2085-5044 Presented partially in the 5th International Conference on Business and Management Research, 4th August 2010, Depok-Indonesia
- Sinamora Henry, 2000. Manajemen Pemasaran Internasional. Cet. 1, Jilid 1; Jakarta: Salemba Empat.

- Rajagopal, S., Ramanan, S., Visvanathan, R., & Satapathy, S. (2011). Halal certification: implication for marketers in UAE, *Journal of Islamic Marketing*, 2 (2), 132-153
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen. Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Ghalia Indonesia: Bogor.
- Sugiyono. 2001. *Metode penelitian administrasi*. Bandung: tarsito
- Tati musdyaningwati (2016) Pengaruh tingkat pengetahuan tentang pangan halal terhadap keputusan pembelian produk pangan halal pada mahasiswa universitas muhammadiyah semarang. Skripsi.semarang
- Tika, Moh.Pabundu. 2006. *Metodologi riset bisnis*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Tjiptono, Afandi. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: C.V Andi offset
- Qardhawi, Muhammad Yusuf. 1993 *Halal dan Haram Dalam Islam*, Semarang: PT. Bina Ilmu,.
- Wandel, M.(1997). *Food Labeling from a Consumer Perspective*, *British Food Journal*, MCB University Press, 99(6)
- Yunuz M., Rashid W., Ariffin M., & Rasyid M. (2014). Muslim's Purchase Intention Towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*. 145 – 154.

www.republika.co.id
(www.detik.com).
www.bps.go.id
(www.halalmui.org).