

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

***INFLUENCE OF HALAL LABEL, HALAL CONSCIOUSNESS AND FOOD
MATERIALS TO INTEREST BUY CURINARY FOOD JEMBER***

Ahmad Izzuddin

Universitas Muhammadiyah Jember

izzuddin@unmuhjember.ac.id

ABSTRAK

Pemerintah Indonesia mendukung program wisata kuliner bahkan ingin menjadikan Indonesia sebagai wisata kuliner favorit dunia. Jember merupakan kabupaten yang memiliki potensi wisata kuliner yang beragam dan unik. Warga jember mayoritas penduduknya memeluk agama islam, dan di dalam ajaran islam, umat muslim wajib hukumnya untuk memilih makanan yang baik dan halal. penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label halal, kesadaran dan halal bahan makanan terhadap minat beli makanan kuliner jember. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FE UNMUH Jember. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 112 responden, dengan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa H₁ yaitu label halal berpengaruh pada minat beli nasi pecel garahan ditolak. H₂ yaitu kesadaran halal berpengaruh terhadap minat beli nasi pecel garahan diterima. H₃ yaitu bahan makanan berpengaruh terhadap minat beli nasi pecel garahan diterima.

Kata kunci :Label halal, kesadaran halal, bahan makanan, minat beli

ABSTRACT

The Government of Indonesia supports the culinary tour program even wants to make Indonesia as the world's favorite culinary tour. Jember is a district that has a diverse and unique culinary tourism potential. Jember residents are predominantly converted to Islam, and in Islamic teachings, Muslims are obliged to choose good and lawful food. this study aims to analyze the influence of halal label, awareness and halal foodstuffs against the interest of buying culinary food jember. Population in this research is all student of FE UNMUH Jember. The number of samples in this study was 112 respondents, with sampling using purposive sampling method. In this study using multiple regression analysis. The result of analysis shows that H₁ is halal label has an effect on buying interest of garage rice rejected. H₂ ie halal awareness affect the buying interest of rice pecel garahan accepted. H₃ ie food ingredients affect the buying interest of rice pecel garahan received.

Keywords: Halal label, halal awareness, foodstuff, buying interest

PENDAHULUAN

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.

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. 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. 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. Menurut Yunus, Rashid, Ariffin, dan Rashid, (2014) bahan makanan (food ingredients) adalah bahan-bahan yang digunakan dalam membuat suatu produk makanan. 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.

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). Berbagai makanan yang terdapat di kota jember, sebagian ada yang memiliki label halal, adapula yg belum. Berdasarkan fakta empiris yang menyatakan bahwa masih banyak konsumen muslim yang kurang memperhatikan tentang pentingnya label halal, dan pentingnya mengetahui tentang bahan-bahan yang halal dalam sebuah produk, maka peneliti berniat untuk meneliti, lebih dalam tentang Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Membeli Makanan Kuliner Jember (Studi Kasus Pada nasi pecel garahan jember).

PEMBAHASAN

Nasi Pecel Garahan Jember

Berdasarkan sejarah, nasi pecel ini sudah ada sebelum bangsa Indonesia merdeka, dibuat dari sayuran-sayuran yang diambil dari hutan dan perkebunan, karena memang nasi pecel ini, khas dengan beragamnya sayuran dan bungkusnya pun terbuat dari daun pisang. masyarakat ini dijual ke nonik-nonik (istri) belanda, sehingga bisa menambah penghasilan warga di sekitar stasiun garahan jember. Pecel merupakan sejenis makanan yang terbuat dari nasi ditambah bumbu kacang dan sayur, dan ciri khas dari nasi pecel garahan ini, nasinya dibungkus daun pisang yang dibuat mengerucut. Dikenal sebagai nasi pecel garahan, karena letak dari produksi dan penjualan nasi pecel ini, berada di daerah garahan, yang merupakan salah satu desa dikabupaten jember, di perbatasan jember banyuwangi.

Bagi pengguna transportasi kereta api jurusan jember banyuwangi, nasi pecel garahan merupakan makanan yang ditunggu, selain karena beragamnya sayuran plus rempeyek dan es tehnya, sensasi saat memakan yang berada dikereta api, membuat para konsumennya merasa ada keunikan tersendiri. Melihat

perkembangan dari usaha nasi pecel garahan ini, ternyata para produsennya tidak hanya melayani para pengguna transportasi kereta api saja tapi juga melayani pengguna transportasi lain yakni, pengguna sepeda motor ataupun mobil, hal ini terlihat pada warung-warung nasi pecel pecel yang berada di pinggir jalan antar kota.

Nasi pecel garahan ini bukanlah milik perseorangan, masyarakat desa garahan bisa menjadi produsennya. Usaha menjual nasi pecel ini membuat warga senang karena bisa menambah pendapatan keluarga, hal ini terlihat pada pendapatan penjual nasi pecel garahan yang setiap harinya kurang lebih 200 ribu rupiah. Kereta api yang melewati daerah garahan selalu berhenti di stasiun garahan, dengan intensitasnya 10 kali, dan membawa ratusan penumpang, menjadikan pangsa pasar tersendiri bagi produsen nasi pecel. Harga nasi pecel yang murah, dengan rasa yang nikmat membuat para pelanggannya loyal, hal ini terlihat dari responden yang menjawab kuisioner, dengan intensitas membeli nasi pecel bisa sampai 10 kali bahkan lebih, yang artinya seringkali ketika melewati daerah garahan mereka sempatkan membeli nasi pecel garahan. Terdapat hal unik saat membeli nasi pecel garahan di kereta api, karena pelayanan yang extra cepat karena waktu yg dimiliki untuk proses transaksi hanya 10 menit.

Hasil analisis regresi berganda

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:

a. 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 faktor 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 kuisisioner, 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.

b. 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.

c. 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

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.

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.

Al-Qur'an dan Terjemahannya.(2008). Departemen Agama RI. Bandung:
Diponegoro

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.

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)

Salehudin,I.danLuthfi, 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

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