



PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN MUSLIM TERHADAP PRODUK MAKANAN DI KOTA PEKALONGAN

Dwi Edi Wibowo¹⁾ Benny Diah Mandusari^{2*)},

¹⁾Fakultas Hukum, Universitas Pekalongan

²⁾Fakultas Perikanan, Universitas Pekalongan

^{*)}Penulis korespondensi: bennydiah@gmail.com

Abstrak

Kebutuhan makan, minum, sandang, pangan dan papan selalu bertambah dari tahun ke tahun. Oleh karenanya para produsen berlomba lomba menguasai pasar dengan memproduksi makanan dan minuman yang beragam. Produsen yang sadar akan kebutuhan masyarakat mempunyai cara tersendiri untuk menarik konsumen. Salah satunya adalah label, yang menjadi ciri khas bagi produk tertentu agar terkenang di hati masyarakat. Indonesia dalam menghadapi perdagangan bebas tingkat regional, internasional, dan global, dikhawatirkan sedang dibanjiri pangan dan produk lainnya yang mengandung atau terkontaminasi unsur haram. Dalam teknik pemrosesan, penyimpanan, penanganan, dan pengepakan seringkali digunakan bahan pengawet yang membahayakan kesehatan atau bahan tambahan yang mengandung unsur haram yang dilarang dalam Agama Islam. Produk impor kini mulai membanjiri tanah air kita dengan berbagai jenis kemasan yang menarik. Masyarakat perlu hati-hati dalam memilih produk tersebut, bisa jadi ada yang tersembunyi dibalik produk makanan tersebut yang tidak layak dikonsumsi oleh umat muslim. Bagi umat muslim kesalahan dalam memilih produk makanan yang dikonsumsi dapat menyebabkan kerugian lahir dan batin, secara lahir mengkonsumsi produk yang mengandung bahan berbahaya dapat mengganggu kesehatan, sedangkan secara batin mengkonsumsi produk yang tidak halal dapat menimbulkan dosa, dengan adanya pencantuman label halal konsumen muslim jadi terlindungi. Pencantuman label halal sarana informasi dari produsen ke konsumen mengenai produk yang akan dijualnya. Sehingga konsumen benar-benar mengetahui bahan-bahan apa saja yang digunakan, termasuk bahan tambahan yang tertera dikemasan. Pelabelan yang benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku akan membentuk terciptanya perdagangan yang jujur dan bertanggung jawab. Sehingga akan memudahkan dalam pengawasan keamanan pangan dan melindungi konsumen dari persepsi yang salah. Labelisasi halal berperan dalam meningkatkan penjualan untuk menarik konsumen khususnya konsumen muslim, dimana keputusan pembelian tersebut dapat berfungsi sebagai pengukur sejauh mana tingkat penjualan pada produk yang telah ditetapkan kehalalannya dengan produk yang tidak ada kejelasan antara halal dan haram

Kata kunci: halal; label; konsumen muslim

Abstract

The Effect of Halal Labeling on Decision Of Purchase By Muslim Consumers On Food Products In Pekalongan City. *The need for food, drink, clothing, food and shelves always increase from year to year. Therefore, the producers compete to compete in the market by producing various foods and beverages. Producers who are aware of the needs of the community have their own way of attracting consumers. One of them is the label, which is characteristic for certain products to be remembered in the hearts of people. Indonesia in the face of regional free trade, international, and global, it is feared being flooded with food and other products containing or contaminated with illicit substances. In*

processing, storage, handling, and packing techniques are often used preservatives that endanger health or additives containing prohibited substances banned in Islam. Imported products are now beginning to flood our homeland with various types of attractive packaging. People need to be careful in choosing these products, there could be hidden behind the food products that are not feasible consumed by Muslims. For Muslims the mistake in choosing food products consumed can cause birth and mental damage, birth consume products containing hazardous materials can interfere with health, while conscientiously consume unlawful products can cause sin, with the inclusion of halal label Muslim consumers so protected. Inclusion of halal label means information from producers to consumers about the products to be sold. So consumers really know what ingredients are used, including the additional material contained in the packaging. Proper labeling in accordance with the prevailing provisions will shape the creation of honest and responsible trade. So that will facilitate the monitoring of food safety and protect consumers from wrong perception. Halal labeling plays a role in increasing sales to attract consumers, especially Muslim consumers, where the purchase decision can serve as a measure of the extent to which the level of sales on products that have been established halal products with no clarity between halal and haram.

Kata kunci: *halal; label; muslim consumers.*

PENDAHULUAN

Di Indonesia yang 90% penduduknya muslim seharusnya bisa menjaga nilai-nilai agama termasuk dalam hal mengonsumsi makanan, dewasa ini dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi apakah telah membawa kita lupa akan nilai-nilai agama yang harus dijaga, sebagai umat yang beragama tentu saja hal ini tetap menjadi dasar bagi umatnya dalam berperilaku. Seiring dengan pesatnya perkembangan media informasi dewasa ini, arus informasi yang dapat diperoleh konsumen akan semakin banyak dan turut pula mempengaruhi pola konsumsi mereka, dengan adanya pencantuman label halal konsumen muslim jadi terlindungi.

Islam sungguh-sungguh menyuarakan dengan keras agar tidak mengotori air sebagai sumber kehidupan. Oleh karena itu Islam melarang membuang kotoran atau najis, kencing atau berak didalamnya, bahwa perbuatan itu dapat mengundang kemurkaan Allah. Islam sangat memperhatikan kebersihan air minum, susu dan minuman lainnya. Bahkan untuk tetap terjaga kesuciannya meletakkan beberapa persyaratan. Di antaranya adalah tidak berbau, tidak berubah rasa dan tidak berubah warnanya. Apabila minuman itu telah menjadi masam, makanan minuman tersebut dianggap telah menjadi kotor dan dilarang meminumnya.

Indonesia dalam menghadapi perdagangan bebas tingkat regional, internasional, dan global, dikhawatirkan sedang dibanjiri pangan dan produk lainnya yang mengandung atau terkontaminasi unsur haram. Dalam teknik pemrosesan, penyimpanan, penanganan, dan pengepakan seringkali digunakan bahan pengawet yang membahayakan kesehatan atau bahan tambahan yang mengandung unsur haram yang dilarang dalam Agama Islam. Produk impor kini mulai membanjiri tanah air kita dengan berbagai jenis kemasan yang menarik. Masyarakat perluhati-hati dalam memilih produk tersebut, bisa jadi ada yang tersembunyi dibalik produk makanan tersebut yang tidak layak dikonsumsi oleh umat muslim. Bagi umat muslim kesalahan dalam memilih produk makanan

yang dikonsumsi dapat menyebabkan kerugian lahir dan batin, secara lahir mengonsumsi produk yang mengandung bahan berbahaya dapat mengganggu kesehatan, sedangkan secara batin mengonsumsi produk yang tidak halal dapat menimbulkan dosa. Hal tersebut mengharuskan masyarakat muslim mencari informasi tentang produk yang akan dikonsumsi tersebut, salah satunya cara adalah dengan melihat labelisasi halal. Beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh konsumen sebelum mengonsumsi suatu produk adalah memahami bahasa/tulisan, nomor pendaftaran, nama produk, produsen dan alamat produksi, label halal, daftar bahan yang digunakan

Pencantuman label halal sarana informasi dari produsen ke konsumen mengenai produk yang akan dijualnya, sehingga konsumen benar-benar mengetahui bahan-bahan apa saja yang digunakan, termasuk bahan tambahan yang tertera dikemasan. Pelabelan yang benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku akan membentuk terciptanya perdagangan yang jujur dan bertanggung jawab, sehingga akan memudahkan dalam pelabelan halal yang secara prinsip adalah label yang menginformasikan kepada pengguna produk, bahwa produknya benar-benar halal dan nutrisi-nutrisi yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produk tersebut boleh dikonsumsi. Mengonsumsi produk halal khususnya makanan halal adalah syarat yang ditetapkan dalam syariat Islam seperti ditegaskan dalam Al-Quran, atas dasar itu umat Islam sejalan dengan ajaran Islam menghendaki agar produk yang akan dikonsumsi dijamin kehalalan dan kesuciannya, disamping itu produsen dituntut untuk memproduksi produk-produk halal yang akan dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam sebagai tanggung jawab keagamaannya, dengan demikian produk-produk yang tidak mencantumkan label halal pada kemasannya dianggap belum mendapat persetujuan lembaga berwenang (LPPOM-MUI) untuk diklasifikasikan kedalam daftar produk halal atau dianggap masih diragukan kehalalannya. Ketiadaan label itu akan membuat konsumen Muslim berhati-hati dalam memutuskan untuk mengonsumsi atau tidak produk

tanpa label halal tersebut. Selain itu kejelasan antara makanan halal dan haram tentunya akan membuat konsumen khususnya muslim akan semakin tenang dalam mengkonsumsinya, karena dapat memilih makanan halal tanpa khawatir terdapat kandungan yang haram didalamnya. Konsumsi secara Islam tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Ekonomi akhlak mengandung arti kesatuan antara ekonomi dan akhlak harus berkaitan dengan sektor produksi, distribusi dan konsumsi. Perdagangan yang Islami adalah perdagangan berlandaskan norma-norma Islam di antaranya menegakkan perdagangan barang yang baik dan tidak haram untuk dikonsumsi. Masyarakat saat ini kurang memperhatikan kehalalan suatu produk, padahal untuk memproduksi suatu produk tidak hanya memperhatikan bahan bakunya saja. Kehalalan suatu produk perlu dipertimbangkan, karena dengan menjalani ajaran agama, menghendaki agar produk-produk yang dikonsumsi terjamin kehalalannya dan kesucianya secara hukum.

Produk-produk yang mendapat pertimbangan utama dalam proses pemilihannya berdasarkan ketentuan Syariat yang menjadi tolak ukur untuk Umat Islam adalah produk-produk makanan dan minuman. Ketidakinginan masyarakat Muslim untuk mengkonsumsi produk-produk haram akan meningkatkan keterlibatan yang lebih tinggi dalam proses pemilihan produk (high involvement). Dengan begitu akan ada produk yang dipilih untuk dikonsumsi dan produk yang disisihkan akibat adanya proses pemilihan tersebut. Proses pemilihannya sendiri akan menjadikan kehalalan sebagai parameter utamanya. Ketentuan ini membuat keterbatasan pada produk-produk makanan untuk memasuki pasar umat Muslim

HASIL DAN PEMBAHASAN

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. Secara umum, label minimal harus berisi nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk, dan keterangan legalitas. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau bisa sebagai tanda pengenal yang melekat pada suatu produk.

Label mempunyai fungsi yaitu :

- a. Identifies (identifikasi): label dapat mengenalkan suatu produk
- b. Grade (nilai) : label dapat menunjukkan nilai atau kelas suatu produk
- c. Describe (memberikan keterangan : label akan menunjukkan nilai atau kelas suatu produk

- d. Promote (mempromosikan) : label akan mempromosikan lewat gambar

Halal berasal dari bahasa arab yang artinya membebaskan, memecahkan, membubarkan, dan membolehkan. Menurut Qardhawi hala adalah sesuatu yang mudah (diperkenankan), yang terlepas dari ikatan latangan, dan diijinkan oleh pembuat syari'at Islam untuk dilakukan, dengan demikian definisi halal berdasarkan Al-quran dan Hadist sangat simpel dan jelas bahwa halal adalah segala sesuatu yang baik bagi tubuh.

Menurut LPPOM MUI (Majelis Ulama Indonesia syarat kehalalan yaitu :

- a. tidak mengandung babi
- b. tidak mengandung khamrdan produk turunan
- c. semua bahan asal hewan yang disembelih sesuai syariat

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal, di Indonesia lembaga yang diberi wewenang oleh Pemerintah dalam proses sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Labelisasi halal mempunyai tujuan untuk memenuhi tuntutan pasar (konsumen) secara universal. Maka apabila tuntutan itu bisa terpenuhi, secara ekonomi para pebisnis Indonesia akan mampu menjadi tuan rumah dari segi produk yang di pasarkan, tujuan lain yang sangat mendasar adalah melindungi akidah para konsumen terutama yang beragama Islam.

Artinya dengan adanya labelisasi, para konsumen muslim tidak akan ragu dalam mengkonsumsi sesuatu yang dibutuhkan

Syarat –syarat produk pangan halal menurut syariat Islam adalah :

- a. Halal dzatnya adalah halal dari hukum asalnya misal sayuran
- b. Halal cara memperolehnya adalah cara memperoleh sesuai dengan syariat Islam misalkan tidak dengan mencuri
- c. Halal dalam memprosesnya adalah misalkan proses menyembelih bintang dengan syariat Islam misalkan dengan membaca bismillah
- d. Halal dalam penyimpanannya, maksudnya tempat penyimpanan tidak mengandung barang yang diharamkan seperti, babi, anjing (binatang yang diharamkan oleh Allah SWT).

Dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk, maka secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen khususnya masyarakat muslim untuk menggunakan produk tersebut. Munculnya rasa aman dan nyaman dalam mengonsumsi produk tersebut akan meningkatkan kepercayaan serta minat belinya.

Proses Keputusan Pembelian Konsumen

Tahap-tahap pengambilan keputusan ada 5 (lima) tahap dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli barang dan jasa yang umum dilakukan seseorang yaitu :

1. Pengenalan kebutuhan, kebutuhan konsumen mungkin muncul karena menerima informasi baru tentang suatu produk, kondisi ekonomi, periklanan atau karena kebetulan.
2. Proses informasi konsumen, proses informasi dilakukan secara selektif, konsumen memilih informasi yang relevan bagi benefit yang dicari dan sesuai dengan keyakinan dan sikap mereka.
3. Evaluasi produk (Merk), konsumen akan mengevaluasi karakteristik dari berbagai produk atau merk dan memilih produk /merk yang mungkin paling memenuhi benefit yang diinginkannya.
4. Pembelian, dalam pembelian beberapa aktifitas lain diperlukan
5. Sekali konsumen melakukan pembelian maka evaluasi pasca pembelian terjadi. Jika kriteria produk sesuai dengan harapan konsumen, konsumen akan puas.

Faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen

Keputusan pembelian dari konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor penting. Faktor-faktor ini sangat penting untuk diketahui bagi pemasar agar dapat menentukan strategi yang akan diterapkan. Seperti yang telah dikemukakan oleh Philip Kotler, bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktoraktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Masing-masing dari faktor-faktor tersebut memiliki subfaktor yang menjadi elemen pembentuknya. Faktor-faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam.

a. Faktor Budaya

Faktor budaya memiliki pengaruh yang sangat luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen, mencakup budaya, sub budaya, dan kelas sosial konsumen. Budaya adalah suatu nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku dari keluarga dan institusi lainnya. Setiap perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai sistem nilai dan norma budaya yang berlaku pada suatu daerah tertentu, untuk itu perusahaan harus tahu produknya itu dipasarkan pada suatu daerah yang berkebudayaan seperti apa dan bagaimana (conditional).

b. Faktor Sosial

Selain faktor-faktor budaya, perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, sertaperan dan status sosial konsumen. Kelompok acuan adalah kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau tingkah laku seseorang. Seperti teman, saudara, tetangga dan rekan kerja. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga sangat mempengaruhi perilaku pembelian.

c. Faktor pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi dan gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli. Usiaberhubungan erat dengan perilaku dan selera seseorang, dengan bertambahnya usia seseorang diikuti pula dengan berubahnya selera terhadap produk begitu juga dengan faktor pekerjaan dan keadaan ekonomi. Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomiseseseorang. Bila indikator ekonomimenunjukkan resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, memposisikan kembali dan mengubah harga produk. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diwujudkan dalam aktivitas, interes dan opininya yang menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Sedangkan kepribadian adalah karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan respons yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan disekitarnya.

d. Faktor psikologis

Faktor psikologis yang mempengaruhi pilihan pembelian terdiri dari empat faktor, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Motivasi adalah kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak, dengan memuaskan kebutuhan tersebut ketegangan akan berkurang, sedangkan persepsi adalah proses yang digunakan seseorang dalam memilih, mengatur dan menginterpretasikan masukan informasi untuk menciptakan gambaran yang berarti. Seseorang yang termotivasi siap untuk bertindak, bagaimana seseorang termotivasi bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu.

Pengambilan Keputusan Membeli

Sebelum konsumen memutuskan untuk menggunakan suatu produk, seorang konsumen pada dasarnya akan melakukan suatu proses pengambilan keputusan terlebih dahulu. Proses pengambilan keputusan merupakan tahap-tahap konsumen dalam memutuskan suatu produk tertentu yang menurutnya paling baik diantara yang lainnya, sehingga keputusan pembelian dapat diartikan sebagai kekuatan kehendak konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk apabila konsumen memiliki minat untuk membeli suatu produk. Proses pengambilan keputusan konsumen yang luas terjadi untuk kepentingan khusus konsumen atau keputusan yang mempunyai keterlibatan tinggi. Tingkat keterlibatan tinggi merupakan karakteristik konsumen. Konsumen mempunyai keterlibatan tinggi apabila dalam membeli suatu produk ataupun jasa, mereka meluangkan cukup banyak waktu, perhatian dan usaha untuk membandingkan suatu merek dan lokasi penjualan.

KESIMPULAN

Label halal yang terdapat pada kemasan produk makanan mempunyai hubungan dan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan, hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan labelisasi halal pada produk makanan memberikan nilai positif yang memiliki peluang besar dalam mempengaruhi keputusan membeli konsumen.

Harga dari produk makanan yang terjangkau dan beragam sesuai dengan jenis produk mempunyai hubungan dan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan tersebut.

Labelisasi halal dan harga mempunyai hubungan dan secara serentak (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan. Tingkat kesadaran akan kehalalan produk makanan dan harga yang terjangkau ditunjukkan dengan adanya pengaruh label halal dan harga dengan keputusan membeli produk makanan. Hal ini dapat dimaknai bahwa label halal dan harga yang terjangkau secara langsung dapat memberikan informasi akan kualitas dan mutu produk sehingga mempengaruhi konsumen dalam proses keputusan membeli produk makanan.

DAFTAR PUSTAKA

Burhanuddin, (2001), *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*, Malang:UIN, Maliki Pers

Keputusan Menteri Agama RI Nomor 518 Tahun 2001, "Undang-Undang Produk Halal"

Majelis Ulama Indonesia, (2003), *Sistem dan Prosedur Penetapan Fatwa Produk Halal Majelis Ulama Indonesia*, Departemen Agama RI, Jakarta

Majelis Ulama Indonesia, (2003), "Panduan Sertifikasi Halal, Departemen Agama RI, Jakarta

Nurlaili, Evi Ekawati, Any Eliza, (2014), *Program Sosialisasi Label Halal/Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Siap Saji*, Lampung: LP2M Raden Intan Lampung

Sumarwan, Ujang, (2001). *Perilaku Konsumen . Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia, Bogor

Solomon, Michael, (2004), *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Sixth Edition. Person Education International, New Jersey

Satriadi, Yanuar, (2006), *Analisis Atribut Produk Mempengaruhi Keputusan Pembelian*, STIE Kesatuan Bogor

Sharif Chaudry, Muhammad, (2014), *Sistem Ekonomi Islam* terj.Suherman Rosyidi. Jakarta:Kencana

Surat-Surat Keputusan Lembaga Pengawasan dan Peredaran Makanan Majelis Ulama Indonesia ((LPPOM_MUI)