

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP TINGKAT KEPENTINGAN LABEL HALAL PADA BAHAN PANGAN

(Studi Kasus: Masyarakat Desa Bobos Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon)

Nono Hartono¹, Ambar Jamilah²

ABSTRACT

Bobos is the village that the entire Muslim Community with a fairly high level of consumption and is identical to the boarding schools and religious education center. With a background of religious knowledge is sufficient, this is the basis of public knowledge in differentiating clean and unclean foods as well as being the basis of decision making by consumers in buying food by looking at the label halal listed on the packaging. The purpose of this study were (1) Identifying how much attention to the halal label on foodstuffs; (2) to analyze the level of understanding of villagers Bobos related refined products and foodstuffs (3) Analyze the factors that most influence on the level of interest in the halal label foodstuffs. The results showed that the level of attention of consumers in the village of Bobos greatly to the benefit of halal labels on foodstuffs. This is evidenced by the 53.6% of respondents said that MUI halal label be an indicator of a halal food. Results of multiple linear regression analysis showed the factors that significantly influence the level of interest halal label, namely literacy kosher, halal label to health reasons and with significant value respectively by 0015. 0.001 and 0.004. whereas the factors that influence but not significant, ie piety and confidence in the kosher food with significant value respectively by 0821 and 0864.

Keywords: Halal, haram, MUI and multiple linear regression analysis.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam UU RI No. 8 tahun 1999 pasal 4 dijelaskan bahwa konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/jasa. Sedangkan dalam pasal 8h dijelaskan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan jasa yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label. Selain itu, UU RI No.18 tahun 2012 pasal 97 juga menjelaskan bahwa setiap orang yang memproduksi pangan di dalam negeri atau mengimpor barang untuk diperdagangkan di wilayah NKRI wajib mencantumkan label halal di dalam dan/atau pada kemasan pangan yang dipersyaratkan. Namun, pada kenyataannya masih banyak produsen yang belum memahami dengan benar undang-undang tentang perlindungan konsumen tersebut.

¹ Dosen STEI Al-Ishlah Cirebon

² Alumnus STEI Al-Ishlah Cirebon

Mengingat sertifikasi halal di Indonesia belum bersifat mengikat secara hukum (*voluntary*), upaya penyediaan produk pangan halal (*supply side*) sangat dipengaruhi oleh permintaan masyarakat terhadap produk tersebut (*demand side*). Permintaan ini sangat bergantung pada pola perilaku konsumsi masyarakat yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Tingkat *awareness* atau kepedulian individu terhadap produk olahan pangan halal dapat membentuk perilaku konsumsi individu tersebut.

Berkaitan dengan perilaku dan pola konsumsi bahan pangan terhadap kepentingan label halal, Desa bobos adalah desa yang seluruh masyarakatnya muslim dan identik dengan lingkungan pesantren dan pusat pendidikan Agama. Masyarakat Desa Bobos dengan jumlah penduduk sebanyak 4947 orang dan seluruhnya muslim serta berpendapatan cukup ini tentunya memiliki tingkat konsumsi yang cukup tinggi. Bagi penganut agama Islam sendiri makanan menjadi hal yang harus diperhatikan, hal ini dikarenakan adanya ketentuan atau status hukum yang berlaku terhadap suatu makanan. Oleh karena adanya tuntunan tersebut, maka ada kewajiban bagi setiap muslim untuk mengonsumsi makanan yang baik dan halal sesuai dengan yang terdapat dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah (1:168) :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطَوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

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.* (Al-Baqarah: 168).

Dari ayat diatas dijelaskan bahwa Allah memerintahkan manusia untuk memakan makanan yang halal dan baik. Untuk dapat membedakan makanan yang halal dengan makanan yang diharamkan tentunya kita perlu belajar untuk memperoleh pemahaman tentang makanan halal ini. Dengan latar belakang masyarakat yang beragama muslim dan berada di lingkungan pesantren, pemahaman agama yang sudah mereka dapatkan sejak kecil, pendidikan keagamaan di sekolah dan pendidikan keagamaan di pesantren tentunya mereka sudah mempunyai dasar pengetahuan, bahkan sangat tahu dan paham serta mampu membedakan makanan yang boleh dan tidak mereka konsumsi.

Bukan hanya itu, masyarakat pun rutin dan aktif mengikuti pengajian-pengajian keagamaan baik yang diadakan di dalam maupun di luar Desa Bobos yang biasanya diisi oleh para ustadz dan kiyai yang ada di Desa Bobos. Pengajian keagamaan ini tentunya menambah pengetahuan masyarakat tentang Islam dan aturan-aturan didalamnya. Kegiatan-kegiatan keagamaan, pendidikan, lingkungan dan aktifitas ibadah yang rutin dilakukan oleh masyarakat, akan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap tingkat kepentingan label halal pada bahan pangan yang mereka konsumsi.

Sesuai dengan latar belakang tersebut, maka penting untuk mengetahui tingkat kepentingan label halal pada masyarakat Desa Bobos dan mengetahui apa saja faktor yang dapat memengaruhi tingkat kepentingan label halal pada masyarakat terhadap produk olahan pangan halal.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar perhatian konsumen di Desa Bobos terhadap pentingnya label halal pada bahan pangan?

2. Seberapa besar tingkat pemahaman masyarakat Desa Bobos terkait produk olahan pangan halal?
3. Apa saja faktor yang paling berpengaruh terhadap tingkat kepentingan label halal pada bahan pangan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan:

1. Mengidentifikasi seberapa besar perhatian masyarakat terhadap label halal pada bahan pangan.
2. Menganalisis tingkat pemahaman masyarakat Desa Bobos terkait produk olahan bahan pangan.
3. Menganalisis faktor apa saja yang paling berpengaruh terhadap tingkat kepentingan label halal pada bahan pangan.

BAB II METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Jenis dan Sumber Data

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan jenis data sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang secara langsung diperoleh dari objek penelitian dan masih harus diteliti serta memerlukan pengolahan lebih lanjut lagi. Data primer adalah data yang belum tersedia dan harus diperoleh dari sumber aslinya (Simamora, 2002). Pada penelitian ini, data primer diperoleh melalui pengisian kuisioner oleh responden secara langsung serta melalui hasil wawancara dengan responden untuk menunjang keakuratan data kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah tersedia dimana peneliti hanya perlu mencari tempat untuk mendapatkannya (Simamora, 2002). Pada penelitian ini, data sekunder yang digunakan adalah data yang diperoleh peneliti dari Desa Bobos (profil desa) dan studi literatur.

2.2 Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Variabel terikat (*dependent variable*) yaitu perilaku konsumen terhadap pentingnya label halal pada bahan pangan (Y)
2. Variabel-variabel bebas (*Independent variable*), yaitu:
 - a) Variabel Ketakwaan (X1)
 - b) Variabel Literasi Halal (X2)
 - c) Variabel Keyakinan Terhadap Pangan Halal (*Halal Self Efficacy*) (X3)
 - d) Variabel Alasan Kesehatan (*Health Reason*) (X4)
 - e) Variabel Peran Label Halal (X5)

2.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Bobos Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon dengan waktu penelitian yang berlangsung pada bulan Juni hingga Agustus 2015.

2.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda menggunakan beberapa variabel bebas dan satu variabel terikat. Persamaan analisis regresi linear berganda adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Keterangan: Y = Perilaku konsumen terhadap pentingnya label halal pada bahan pangan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi pada masing-masing variabel

X₁ = Ketakwaan

X₂ = Literasi halal

X₃ = Keyakinan terhadap pangan halal (*Halal self efficacy*)

X₄ = Alasan kesehatan (*Health reason*)

X₅ = Peran label halal

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Model Regresi Linier Berganda Kepentingan Label Halal

Model regresi linier berganda yang diperoleh dari kepentingan label halal adalah sebagai berikut:

$$Y = 0.099 - 0.018X_1 + 0.358X_2 - 0.017X_3 + 0.265X_4 + 0.385X_5$$

Artinya, setiap kenaikan satu skor ketakwaan dan keyakinan tentang label halal, maka akan menurunkan skor perilaku terhadap tingkat kepentingan label halal masing-masing sebesar 0.081 poin dan 0.082 poin. Selain itu, setiap kenaikan satu skor literasi halal, kesehatan, dan label/sertifikasi halal, maka akan menaikkan skor perilaku perilaku konsumen terhadap tingkat kepentingan label halal masing-masing sebesar 0.457 poin, 0.364 poin, dan 0.484 poin.

Berdasarkan model *summary* (Tabel) Nilai R² model yang dibangun adalah 0.713 atau 71.3%. Nilai tersebut memiliki arti bahwa tingkat kepentingan label halal dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas dalam model sebesar 71.3% dan sisanya sebesar 28.7% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Tabel 3.1 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,853 ^a	,728	,713	,25335	,728	48,616	5	91	,000	,256

a. Predictors: (Constant), Label/Sertifikasi Halal, Pengetahuan Label Halal, Keyakinan Tentang Label Halal, Ketakwaan, Literasi Halal

b. Dependent Variable: Kepentingan Label Halal

Berdasarkan hasil uji simultan (Tabel 4.13) diperoleh informasi bahwa seluruh variabel independen (bebas) berpengaruh signifikan ($\alpha = 0.05$) terhadap tingkat kepentingan label halal.

Tabel 3.2 Hasil Uji Sumultan

	<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	15,602	5	3,120	48,616	,000 ^b
	Residual	5,841	91	,064		
	Total	21,443	96			

a. *Dependent Variable:* Kepentingan Label Halal

b. *Predictors:* (Constant), Label/Sertifikasi Halal, Pengetahuan Label Halal, Keyakinan Tentang Label Halal, Ketakwaan, Literasi Halal

3.2 Uji Parsial

Uji parsial adalah uji untuk mengetahui variabel bebas mana yang berpengaruh signifikan terhadap kepentingan label halal. Berdasarkan Tabel 4.15, Tingkat pengaruh signifikan dari suatu variabel dapat ditentukan dengan melihat nilai signifikansi masing-masing variabel. Ketika nilai signifikansi kurang dari 0.05 maka variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*.

Tabel 3.3 Uji Parsial

	<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)	.099	.281		.352	.725		
	Ketakwaan	-.018	.080	-.021	-.227	.821	.360	2.775
	Literasi halal	.358	.144	.323	2.490	.015	.177	5.637
	Keyakinan tentang pangan halal	-.017	.099	-.016	-.172	.864	.353	2.833
	Alasan kesehatan	.265	.076	.281	3.514	.001	.470	2.129
	Label/sertifikat halal	.385	.132	.386	2.917	.004	.171	5.842

a. *Dependent Variable:* Kepentingan label halal

Dari tabel diatas dapat diperoleh informasi bahwa ada beberapa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepentingan label halal, yaitu:

a. Literasi halal

Tingkat kepentingan label halal pada bahan pangan tentu sangat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan konsumen terhadap pentingnya label halal. Faktor literasi halal secara statistik berpengaruh nyata pada taraf signifikansi 5% yang berarti faktor literasi halal ini berpengaruh terhadap tingkat kepentingan label halal. Konstanta literasi halal (X2) pada persamaan diatas sebesar 0.358 yang berarti bahwa ketika terjadi kenaikan 1 skor pengetahuan tentang pangan halal, maka tingkat kepentingan label halal pada bahan pangan akan meningkat sebesar 0.457 atau 45.7%. Ini menunjukkan bahwa

semakin tinggi pengetahuan seseorang maka akan semakin tinggi pula tingkat kesadaran terhadap kepentingan label halal pada bahan pangan.

b. Alasan kesehatan (*Health Reason*)

Alasan kesehatan (X4) juga berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepentingan label halal pada taraf signifikansi 5%. Konstanta alasan kesehatan (X4) pada persamaan diatas sebesar 0.265 yang berarti bahwa ketika terjadi kenaikan 1 skor alasan kesehatan, maka tingkat kepentingan label halal pada bahan pangan akan meningkat sebesar 0.364 atau 36.4%. Ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan label halal pada bahan pangan akan semakin tinggi ketika konsumen mengetahui komposisi dan kandungan/nilai gizi yang tercantum pada kemasan produk.

c. Label/sertifikat halal

Label halal (X5) pada persamaan diatas sebesar 0,385 yang memiliki arti bahwa ketika terjadi kenaikan 1 skor label/sertifikasi halal, maka tingkat kepentingan label halal pada bahan pangan akan meningkat sebesar 0.484 atau 48.4%. Bagi sebagian besar konsumen, membaca label halal sebelum membeli sebuah produk merupakan hal yang sangat penting. Dengan adanya label halal MUI pada kemasan, konsumen akan yakin bahwa produk tersebut aman dan halal serta menentukan keputusan konsumen untuk membeli produk berlabel halal. Label halal sendiri merupakan jaminan keamanan bahan pangan, dari mulai kehalalan pengolahan sampai komposisi dan kesehatan bahan pangan itu sendiri.

Selain faktor-faktor diatas yang berpengaruh signifikan diatas, ada juga beberapa faktor yang berpengaruh namun tidak signifikan terhadap tingkat kepentingan label halal, yaitu:

a. Ketakwaan

Berdasarkan uji parsial (Tabel), diketahui bahwa faktor ketakwaan (X1) memiliki tanda koefisien negatif yaitu sebesar -0.018, artinya ada kecenderungan dimana tingkat kepentingan label halal tidak selalu dipengaruhi oleh tingkat ketakwaan. Seseorang dengan aktifitas ibadahnya yang baik tidak menjadi jaminan bahwa orang tersebut akan memperhatikan kehalalan suatu produk yang ia beli. seharusnya semakin tinggi ketakwaan seseorang, maka ia akan semakin memperhatikan kehalalan suatu produk, khususnya bahan pangan. Individu dengan tingkat ketakwaan tinggi tidak selalu memiliki tingkat kesadaran (*aware*) yang tinggi terhadap pangan halal (Salman dan Siddiqui 2011).

b. Keyakinan tentang pangan halal (*Halal Self Efficacy*)

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel HSE memiliki koefisien negatif, yaitu 0.017 yang tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepentingan label halal pada bahan pangan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tingginya keyakinan konsumen tentang pangan halal tidak langsung berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli pangan halal.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Perhatian masyarakat Desa Bobos terhadap label halal pada bahan pangan cukup tinggi. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa sebagian besar masyarakat menganggap penting label halal yang tercantum pada bahan pangan dan dijadikan dasar pengambilan keputusan sebelum membeli bahan pangan.

Tingkat pemahaman masyarakat Desa Bobos terhadap pangan halal cukup baik, terbukti dengan sebagian besar masyarakat yang sudah bisa membedakan makanan yang layak dan tidak layak dikonsumsi yang didasarkan pada pengetahuan, ketakwaan dan keyakinan masyarakat terhadap label halal. Tetapi ada hal lain juga yang menjadi perhatian masyarakat dalam membeli bahan pangan, yaitu komposisi dan nilai gizi yang tercantum dalam kemasan yang berkaitan dengan kesehatan konsumen.

Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepentingan label halal adalah literasi halal, alasan kesehatan dan label/sertifikat halal. Sedangkan faktor-faktor yang tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepentingan label halal adalah ketakwaan dan keyakinan tentang label halal (*Halal Self Efficacy*).

4.2 Saran

Sosialisasi yang efektif untuk meningkatkan pengetahuan konsumen tentang label halal dapat dilakukan LPPOM-MUI dengan berbagai cara sesuai target sosialisasi. LPPOM-MUI dapat bekerjasama dengan *stakeholders* dalam hal ini pengusaha, pemerintah, LSM dan tokoh-tokoh masyarakat untuk melakukan sosialisasi. Penggunaan media televisi merupakan salah satu cara efektif untuk meningkatkan pengetahuan label halal konsumen.

Perlu adanya payung hukum yang jelas tentang pangan halal yang meliputi standar penanganan kehalalan pangan, instansi yang terkait beserta wewenangnya, dan konsekuensi pelanggaran terhadap kebijakan.

Peran aktif dari ulama, kyai dan ustadz yang ada di Desa Bobos melalui pemanfaatan forum pengajian, khutbah jumat dan kegiatan lainnya untuk mensosialisasikan pentingnya label halal pada bahan pangan.

DAFTAR PUSTAKA

- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2010. *Statistik Indonesia 2010*. Badan Pusat Statistik. Jakarta-Indonesia.
- Abduljabar, Bambang. 2013. *Aplikasi Statistika*. Bandung. CV. Pustaka Setia.
- Edwin Mustafa dkk. 2006. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Girindra. 2002. *Kebijakan LPPOM MUI dalam Sertifikasi Halal, Produk Impor Serta Lembaga Sertifikasi Internasional*. Makalah pada Pelatihan Auditor Halal Internal Perusahaan, 16 Oktober 2002, Jakarta.
- Indri H. 2015. *Hadits Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadits Nabi*. Jakarta: Prenadamedia.

- Mangkunegara. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Mardi, Dewantara M. 2014. *Pengetahuan, Nilai Religiusitas, Sikap dan Perilaku Membaca Label Halal pada Mahasiswa*. Skripsi. Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen. Fakultas Ekologi Manusia. Institut Pertanian Bogor.
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada.
- Qardhawi, Y. 2004. *Halal dan Haram dalam Islam*. Jakarta: Robbani Press.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Widagdo Pramono. 2015. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Awareness Masyarakat Muslim Kota Bogor Terhadap Produk Olahan Pangan Halal*. Skripsi. Departemen Ilmu Ekonomi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor