

**ANALISIS PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA PRODUK
TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN
DI KALANGAN SISWA/SISWI MADRASAH ALIYAH TANWIRIYYAH
CIANJUR**

Wahyudin*, Dudang Abdul Karim, Moch Agniya Wahda*****

Ekonomi Syariah, STAI Al-Ittihad

Email penulis:

wahyudin@stai-alittihad.ac.id

Dudangkarim@gmail.com

agniyaalfatih@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of halal labeling and price on the purchase intention of food and beverage products among the students of MA Tanwiriyyah Cianjur. Halal labeling is an important factor for Muslim consumers in ensuring that the products they consume comply with Islamic law, while price is one of the aspects that determine purchasing decisions. This study uses a quantitative method with a survey approach. Data were collected through a questionnaire distributed to 30 respondents, who are students of MA Tanwiriyyah Cianjur. The results of the study show that halal labeling has a significant effect on the purchase intention of food and beverage products. This indicates that the clearer the halal label displayed on the product, the higher the students' intention to purchase it. In addition, price also has a significant influence on purchase intention. Products with more affordable prices tend to increase purchase interest among the students. In conclusion, halal labeling and price together have a significant effect on the purchase intention of food and beverage products among the students of MA Tanwiriyyah Cianjur. Therefore, producers and sellers are expected to pay more attention to halal labeling and appropriate pricing to increase purchase intention among young consumers.

Keywords: Halal labeling, price, purchase intention, food and beverage products, students of MA Tanwiriyyah Cianjur.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap minat pembelian produk makanan dan minuman di kalangan siswa/siswi MA Tanwiriyyah Cianjur. Labelisasi halal menjadi faktor penting bagi konsumen Muslim dalam memastikan produk yang dikonsumsi sesuai dengan syariat Islam, sementara harga merupakan salah satu aspek yang menentukan keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 30 responden yang merupakan siswa/siswi MA Tanwiriyyah Cianjur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian produk makanan dan minuman. Hal ini menunjukkan bahwa semakin jelas label halal yang ditampilkan pada produk, semakin tinggi minat siswa/siswi dalam membeli produk tersebut. Selain itu, harga juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pembelian. Produk dengan harga yang lebih terjangkau cenderung meningkatkan minat pembelian di kalangan siswa/siswi. Kesimpulannya, labelisasi halal dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian produk makanan dan minuman di kalangan siswa/siswi MA Tanwiriyyah Cianjur. Dengan demikian, produsen dan penjual diharapkan lebih memperhatikan label halal dan penentuan harga yang sesuai untuk meningkatkan minat pembelian di kalangan konsumen muda.

Kata kunci: Labelisasi halal, harga, minat pembelian, produk makanan dan minuman, siswa/siswi MA Tanwiriyyah Cianjur.

PENDAHULUAN

Berdasarkan data BPS tahun 2024, Indonesia memiliki jumlah penduduk sebanyak 281.603.800 jiwa, dimana 142.188.600 jiwa adalah pria dan 139.415.200 jiwa adalah wanita. Jumlah penduduk Indonesia akan terus meningkat setiap tahunnya dan akan mempengaruhi konsumsi masyarakat yang semakin tinggi. Sebagian besar penduduk Indonesia memeluk agama islam yang jumlahnya mencapai 84,35 persen. Hal ini menjadikan Indonesia menjadi pangsa pasar bagi penjualan produk-produk dan jasa syariah disebabkan Negara mayoritas masyarakatnya adalah muslim, semakin tinggi nya penduduk muslim menjadikan kesadaran mereka akan kebutuhan produk yang halal menjadi semakin bertambah. Konsumsi di Indonesia terbagi menjadi 2 jenis yaitu produk lokal dan produk impor. Makanan lokal yang beredar terdapat berbagai macam produk dan kemasan serta varian rasa yang menarik membuat para konsumen tertarik untuk membeli produk makanan lokal. Hal tersebut mengharuskan konsumen untuk lebih teliti dalam melakukan pembelian produk makanan lokal. Jika konsumen tidak teliti dalam membeli dikhawatirkan produk makanan tersebut terkontaminasi dengan barang yang mengandung unsur haram.

Banyak sekali makanan lokal yang memiliki label halal, namun ada juga produk yang tidak disertai dengan label halal. Produk tersebut masih diragukan kehalalannya dan keamanannya. Produk lokal yang dinyatakan sebagai produk yang tidak dilabeli halal adalah produk yang tidak terdaftar di BPOM.

Sesuai peraturan menteri perdagangan Nomor 31 tahun 2011 tentang barang dalam keadaan terbungkus (BDKT), label pangan keterangan yang bertulisan, gambar, dan kombinasi yang memberikan informasi sesuai dengan peraturan perundangan yang ditempelkan pada bagian kemasannya. Ada beberapa macam label pangan, diantaranya yaitu label halal dan label aman produk. Pada

pasal 3 ayat 1 produsen, importir atau pengemas yang mengedarkan, menawarkan, memamerkan, atau menjual BDKT di wilayah republik Indonesia wajib mencantumkan label pada kemasan yang telah di dapat dari lembaga yang berwenang dan akan akan di cantumkan pada kemasan produk yang sudah siap di edarkan dan menjamin keamanan konsumen yang semakin kritis. Adanya peraturan tentang pangan, akan selalu berkaitan dengan perlindungan pada konsumen agar konsumen bisa mengkonsumsi produk makanan dengan nyaman dan aman, peraturan perlindungan tersebut tentang tujuan penggunaan pada label. Mengkonsumsi makanan halal merupakan bentuk keyakinan dalam masyarakat yang beragama islam dan telah terjamin oleh perundangan khususnya tentang perlindungan konsumen nomor 8 tahun 1999 dan mengkonsumsi produk halal itu telah menjadi kewajiban bagi setiap umat muslim. Dalam memenuhi kebutuhan pangan dan perubahan perilaku konsumen bisa terjadi karena semakin majunya pola hidup masyarakat yang menjadi konsumtif yang ingin serba cepat dan mudah. Dan semakin banyaknya makanan yang beredar memiliki daya tarik lebih terhadap konsumen di Indonesia, hal ini dikarenakan tingginya kebutuhan dan minat beli masyarakat islam.

Label halal merupakan label yang memberikan informasi kepada konsumen tentang suatu produk yang telah memiliki label bahwa produknya benar-benar dan memiliki kandungan nutrisi baik sehingga produknya aman untuk dikonsumsi. Produk makanan yang tidak mempunyai label halal pada kemasannya dianggap masih belum memiliki persetujuan dari LPPOM-MUI sehingga produk tersebut masih diragukan kehalalannya dan akan membuat konsumen muslim ragu dalam melakukan keputusan pembelian pada produk tersebut.

Menurut Monroe (2005:34) Harga merupakan salah satu faktor penentu baik dalam memunculkan minat beli maupun keputusan membeli konsumen. Harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Menurut Dinawan (2010:63) Harga dari sudut pandang merupakan suatu moneter atau ukuran termasuk barang atau jasa lainnya yang ditukarkan untuk memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Selain informasi tentang kehalalan suatu produk serta harga produk hal yang penting di perhatikan dalam membeli adalah kualitas dari produk tersebut . perhatian masyarakat akan produk yang berkualitas menunjukkan bagusnya kesadaran masyarakat dalam mengkonsumsi produk yang berkualitas. Kualitas suatu produk menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk membelinya. Produk yang berkualitas mampu memenuhi kebutuhan dari konsumen tersebut dan ini menjadilah satu faktor bagi konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti ini mengambil judul “Analisis pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Produk terhadap minat pembelian produk Makanan dan Minuman di kalangan Siswa/Siswi Madrasah Aliyah Tanwiriyyah Cianjur.”

TINJAUAN PUSTAKA

Aulia Fathur Rohman. Analisis Pengaruh Sertifikat Halal dan Proses Pelabelan Terhadap Halal Supply Chain Performance Tahun 2021. Penelitian ini mengkaji tentang fokus: apakah adanya sertifikat halal dan proses pelabelan pada suatu produk berpengaruh terhadap halal supply chain performance ?. pendekatan yang digunakan penulis adalah pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian yang digunakan Dalam penyusunan skripsi ini adalah penelitian lapangan (field Research), yaitu penelitian dengan data yang diperoleh dari kegiatan di lapangan dengan lokasi di Yogyakarta

sebagai sumber primer, sedangkan sumber sekunder adalah buku-buku penunjang. Penelitian ini bersifat deskriptif analisis.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif korelasi. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan dengan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. penelitian korelasi adalah suatu teknik penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel-variabel tersebut. Dalam penelitian korelasi, peneliti ingin mengetahui sejauh mana variabel-variabel tersebut berhubungan satu sama lain, baik itu dalam arah yang positif (jika salah satu variabel meningkat, yang lain juga meningkat) atau negatif (jika salah satu variabel meningkat, yang lain menurun).

Keterangan	Jumlah	Persentase	Keterangan
laki-laki	15	50%	laki-laki
Perempuan	15	50%	Perempuan
Total	30	100%	Total
Keterangan	Jumlah		Persentase

Tabel 1. Data responden

berdasarkan dari tabel 4.2.1.1 bahwa dari 50 responden, sebanyak 25 orang adalah laki-laki dengan persentase 50%, sedangkan 25 orang adalah perempuan dengan persentase 50%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisa oleh peneliti terhadap data yang diolah, maka ditemukan jawaban dari hipotesis yang telah disampaikan yakni:

a. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Pembelian Produk Makanan dan Minuman di Kalangan Siswa/Siswi Madrasah Aliyah Tanwiriyyah Cianjur

Labelisasi halal adalah suatu bagian dari suatu produk yang membawa informasi verbal dan merupakan bagian dari kemasan tentang produk, untuk mengetahui labelisasi halal berpengaruh terhadap tingkat minat pembelian produk makanan dan minuman dan berapa persentase pengaruh labelisasi halal terhadap minat pembelian produk makanan dan minuman, maka perlu diuji menggunakan uji t di mana uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen, adapun Hasil Statistik Uji t pada variabel labelisasi halal diperoleh nilai t hitung sebesar 7.184 dengan taraf signifikansi 0.001, Nilai t table ($df=n-2$, $30-2 = 28$) pada taraf signifikansi 5% (Lima persen), yaitu dengan nilai df 28, maka nilai t tabel dilihat pada tabel t adalah Sebesar 1.697 Oleh karena itu nilai t hitung lebih besar dari nilai t table, dengan nilai t hitung sebesar 7.184 dan nilai t table sebesar 1.697 ($7.184 > 1.697$), maka hipotesis diterima, artinya labelisasi halal berpengaruh positif terhadap minat pembelian produk makanan dan minuman di kalangan siswa/siswi MA Tanwiriyyah Cianjur.

$Y = 6,915 + 1,130X_1$.

Koefisien regresi X_1 (labelisasi halal) dari perhitungan linear sederhana didapat nilai koefisien (b_1) = 1,130 hal ini berarti setiap ada peningkatan pada labelisasi halal (X_1) sebesar 1%, maka minat pembelian produk makanan dan minuman (Y) juga akan meningkat sebesar 1,130 sesuai dengan nilai X_1 , ini berarti ada pengaruh variabel labelisasi halal terhadap variabel minat pembelian produk makanan dan minuman di kalangan siswa/siswi MA Tanwiriyyah Cianjur. Sebagaimana dijelaskan dalam teori yang dikemukakan oleh Marinos(2002) bahwa label merupakan suatu bagian dari sebuah

produk yang mempunyai informasi verbal tentang produk dalam rangka promosi dan meningkatkan penjualan produk.

b. Pengaruh Harga Produk terhadap Minat Pembelian Produk Makanan dan Minuman di Kalangan Siswa/Siswi Madrasah Aliyah Tanwiriyyah Cianjur

Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan, untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap minat pembelian produk makanan dan minuman dan berapa persentase pengaruh labelisasi halal terhadap minat pembelian produk makanan dan minuman, maka perlu diuji menggunakan uji t di mana uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen, adapun Hasil Statistik Uji t pada variabel labelisasi halal diperoleh nilai t hitung sebesar 6.743 dengan taraf signifikansi 0.001, Nilai t table ($df=n-2$, $30-2 = 28$) pada taraf signifikansi 5% (Lima persen), yaitu dengan nilai df 28, maka nilai t tabel dilihat pada tabel t adalah Sebesar 1.697 Oleh karena itu nilai t hitung lebih besar dari nilai t table, dengan nilai t hitung sebesar 6.743 dan nilai t table sebesar 1.697 ($6.743 > 1.697$), maka hipotesis diterima, artinya harga produk berpengaruh positif terhadap minat pembelian produk makanan dan minuman di kalangan siswa/siswi MA Tanwiriyyah Cianjur.

Adapun berdasarkan persamaan yang dihasilkan secara parsial terhadap variabel kualitas produk yakni $Y = 9,890 + 0,963X_2$ Koefisien regresi X_2 (harga produk) dari perhitungan linear sederhana didapat nilai koefisien (b_2) = 0,963 hal ini berarti setiap ada peningkatan pada harga produk (X_2) sebesar 1%, maka minat pembelian produk makanan dan minuman (Y) juga akan meningkat sebesar 0,963 sesuai dengan nilai X_2 , ini berarti ada pengaruh variabel harga produk terhadap

variabel minat pembelian produk makanan dan minuman di kalangan siswa/siswi MA Tanwiriyyah Cianjur. Sebagaimana dijelaskan dalam teori yang dikemukakan oleh Augusty Ferdinand (2006) bahwa harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran khususnya dalam meningkatkan penjualan, di mana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan. ekonomis akan menunjukkan harga yang rendah atau harga terlalu berkompetisi merupakan salah satu pemicu penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran, tetapi alasan psikologis dapat menunjukkan bahwa harga justru merupakan indikator kualitas dan karena itu dirancang sebagai salah satu instrument penjualan sekaligus sebagai instrument kompetisi yang menentukan tingkat penjualan.

c. Pengaruh labelisasi halal dan harga produk terhadap minat pembelian produk makanan dan minuman di kalangan siswa/siswi Madrasah Aliyah Tanwiriyyah Cianjur

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari sebaran angket yang dibagikan kepada siswa/siswi MA Tanwiriyyah Cianjur, bahwa apakah labelisasi halal dan harga secara simultan, yakni secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat pembelian produk makanan dan minuman di kalangan siswa/siswi MA Tanwiriyyah Cianjur. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara simultan antara variabel independen yaitu labelisasi halal dan harga terhadap variabel dependen yaitu minat pembelian produk makanan dan minuman, maka perlu diuji dengan menggunakan uji f dimana Uji f digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

H1 diterima : Apabila f hitung $> f$ table, artinya variabel bebas secara simultan berpengaruh pada tingkat penjualan.

H0 ditolak : Apabila f hitung $< f$ table, artinya variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh pada tingkat penjualan. Berdasarkan uji Model/Uji Anova pada hasil uji regresi linear berganda untuk melihat pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya maka, diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai F hitung $33,306 > F$ tabel $3,32$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti labelisasi halal (X_1) dan harga produk (X_2) secara bersama- sama (simultan) berpengaruh terhadap minat pembelian produk makanan dan minuman (Y).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji linear sederhana menggunakan SPSS 29.0 diperoleh hasil bahwa labelisasi halal berpengaruh positif terhadap minat pembelian produk makanan dan minuman di kalangan siswa/siswi MA Tanwiriyyah.
2. Berdasarkan uji linear sederhana menggunakan SPSS 29.0 diperoleh hasil bahwa harga produk berpengaruh positif terhadap minat pembelian produk makanan dan minuman di kalangan siswa/siswi MA Tanwiriyyah.
3. Berdasarkan uji linear berganda menggunakan SPSS 29.0 diperoleh hasil bahwa labelisasi halal dan harga produk berpengaruh positif terhadap minat pembelian produk makanan dan minuman di kalangan siswa/siswi MA Tanwiriyyah.

DAFTAR RUJUKAN

- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). The Role of Halal Awareness and Halal Certification in Influencing Non-Muslims' Purchase Intention. *Journal of Islamic Marketing*, 4(2), 158-173.
- Ibrahim, M. (2018). Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli Produk Makanan dan Minuman di Kalangan Konsumen Muslim. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1), 12-22.

Nasution, N. E. (2020). Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen Produk Halal pada UMKM di Kota Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 21(2), 54-67.

Amalia, R. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik di Kalangan Remaja Kota Bandung (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung).

Susanti, D. (2019). Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal di Yogyakarta (Skripsi, Universitas Gadjah Mada).

Majelis Ulama Indonesia. (2022). Sertifikasi Halal. Diakses dari <https://www.halalmui.org>

Anam, C., & Fitriyah, L. (2021). Pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 23-35.

Hakim, R. L., & Arifin, N. (2020). Pengaruh labelisasi halal terhadap minat beli konsumen muslim di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(2), 119-130.

Hidayat, M. A., & Fauziah, R. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian makanan halal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 88-99.

Laily, N., & Hapsari, D. (2018). Pengaruh harga dan label halal terhadap minat beli produk makanan dan minuman. *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, 9(2), 112-120.

Ningsih, A. (2017). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di kalangan remaja. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 201-210.

Rahman, A. (2022). Halal labeling and its influence on consumer purchase intention in Indonesia. *International Journal of Business and Economic Research*, 15(1), 42-56.

Shafii, Z., & Nahar, H. S. (2012). Halal food certification: Case of Malaysian

SME entrepreneurs. *World Journal of Social Sciences*, 2(3), 169-178.