

PRILAKU KONSUMEN DALAM MEMUTUSKAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN YANG MEMILIKI LABELISASI HALAL

Silvy Rahma

Politeknik Negeri Padang
silvyrahma120@gmail.com

Muhammad Dzaky

Politeknik Negeri Padang
muhammaddzaky0817@gmail.com

Windy Della Sari

Akademi Pariwisata bunda
windydellasari@akparbundapadang.ac.id

ABSTRACT

This research is a mini qualitative research, this research uses survey method, which is a study that takes samples from the population and collects data through questionnaires as a tool or is called descriptive research. This descriptive study aims to determine consumer behavior in deciding to purchase food products labeled halal. The population in this study is the public in purchasing food products labeled halal. Sampling in this study amounted to 105 respondents. In this study, consumer behavior in making decisions is seen from three factors, namely cultural factors, personal factors and social factors. Data collection was carried out using a Likert scale. The results showed that cultural factors that greatly influence consumers in making decisions in buying food products labeled halal as much as 60% agreed while social factors only showed 59% agreed and personal factors 34% agreed.

Keywords: *Prilaku konsumen; Labelisasi halal*

Corresponding Author : silvyrahma120@gmail.com

A. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sector yang sangat berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Salah satu produk pariwisata yang besar perannya adalah kuliner atau makanan. Banyak masyarakat yang berkunjung ke satu tempat akan memilih makanan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen pariwisata yang harus diperhatikan bagi pelaku pariwisata dalam menjual produknya. Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Panjangnya proses yang dilalui oleh konsumen dalam berperilaku bergantung pada jenis barang atau jasa yang akan dipilih. Produk yang memiliki bernilai jual rendah tentunya melalui proses pengambilan keputusan yang relatif lebih mudah dibanding dengan produk yang bernilai jual lebih tinggi.

Salah satu produk yang bernilai jual lebih tinggi adalah sudah memiliki labelisasi halal. Penjelasan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan menyatakan bahwa Pangan¹ merupakan kebutuhan dasar manusia

² Artikel ini merupakan sebagian Hasil Penelitian (Ringkasan) Disertasi, berjudul Sertifikasi Halal Produk Pangan dalam Hukum Positif di Indonesia (sebagai Implementasi Perlindungan Jaminan Kepastian Hukum terhadap Warga Negara) yang dilaksanakan atas biaya sendiri pada Program Studi Doktor Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya-Palembang bulan Mei tahun 2014.

¹ Pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan, dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan Pangan, bahan baku Pangan, dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan/atau pembuatan makanan atau minuman

yang paling utama dan pemenuhannya merupakan bagian dari hak asasi setiap rakyat Indonesia. Pangan harus senantiasa tersedia secara cukup, aman, bermutu, bergizi, dan beragam dengan harga yang terjangkau oleh daya beli masyarakat, serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat.² Mengonsumsi produk halal menurut keyakinan agama (Islam) dan/atau demi kualitas hidup dan kehidupan, merupakan hak warga negara yang dijamin oleh Undang-Undang Dasar 1945,

Hal ini didukung juga oleh keputusan kemenag untuk mewajibkan semua produk makanan sudah bersertifikat halal pada tahun 2024. Berdasarkan Undang-undang No. 33 tahun 2014 beserta turunannya, ada tiga kelompok produk yang harus sudah bersertifikat halal seiring dengan berakhirnya penahapan pertama tersebut. Pertama, produk makanan dan minuman. Kedua, bahan baku, bahan tambahan pangan, dan bahan penolong untuk produk makanan dan minuman. Ketiga, produk hasil sembelihan dan jasa penyembelihan. Tiga kelompok produk ini harus sudah bersertifikat halal pada 17 Oktober 2024. Kalau belum bersertifikat dan beredar di masyarakat, akan ada sanksinya. Sanksi yang akan diberikan mulai dari peringatan tertulis, denda administratif, hingga penarikan barang dari peredaran. Ini sesuai dengan ketentuan yang ada di dalam PP Nomor 39 tahun 2021.

Para pelaku pariwisata dalam bidang kuliner atau makanan harus bergerak cepat untuk dapat melabelisasikan produk mereka. Agar produk makanan yang mereka jual menjadi salah satu perilaku konsumen dalam mengambil sebuah keputusan untuk membeli produk makanan.

Ada tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian produk diantaranya (1) Faktor Pribadi adalah merupakan cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi. Perilaku seseorang dalam membeli sesuatu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor kepribadian dari konsumen yang bersangkutan. Faktor pribadi menggabungkan antara tatanan psikologis dan pengaruh lingkungan.

Termasuk watak, dasar seseorang, terutama karakteristik dominan mereka. Meskipun kepribadian adalah salah satu konsep yang berguna dalam mempelajari perilaku konsumen, beberapa pemasar percaya bahwa kepribadian mempengaruhi jenis-jenis dan merek-merek produk yang dibeli. (2) Faktor Sosial merupakan sekelompok orang yang secara bersama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara formal dan informal. Faktor sosial dapat dilihat dari hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor sosial yang dipengaruhi oleh orang-orang disekitar kita. Komponen yang termasuk didalamnya yaitu kelompok acuan, keluarga, serikat, peran dan status sosial konsumen dan (3) Faktor Budaya menurut Kotler (2005:203), "faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku pembelian, faktor budaya ini meliputi; budaya, sub-budaya, dan kelas sosial". Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan bahwa labelisasi halal sangat dibutuhkan oleh masyarakat di Kota Padang yang mayoritas penduduknya memeluk agama islam.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan kuantitatif, dengan pendekatan statistic deskriptif. Melalui penelitian ini dapat diketahui perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian produk makanan yang memiliki labelisasi halal di kota Padang. Jenis Penelitian ini merupakan penelitian lapangan karena data diperoleh dari hasil pengamatan langsung pada masyarakat kota Padang yang terdapat 3 faktor (faktor pribadi, sosial dan budaya) dengan menggunakan skala likert 5 point yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Penelitian Kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan / atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif

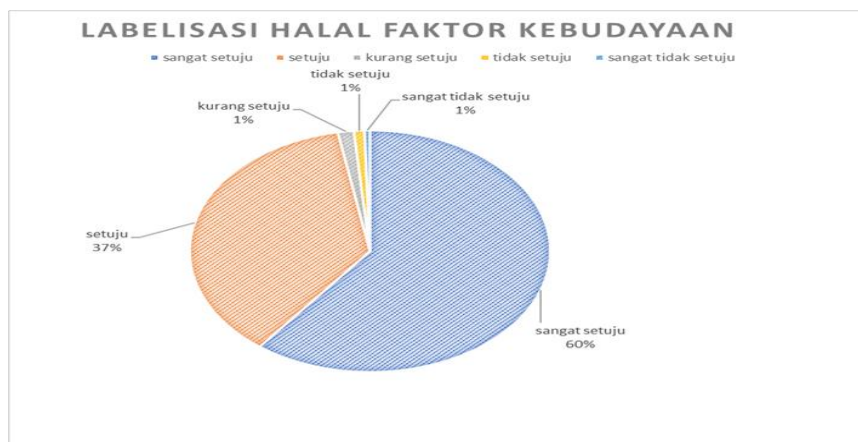
karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dari hubungan kuantitatif.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden melalui kuesioner yang sudah disebar maka didapatkan hasil faktor budaya yang mendominasi dari beberapa faktor yang lain dengan jumlah sangat setuju mencapai 60%, berbanding berbalik dengan faktor pribadi hanya mencapai 34% dan faktor sosial hanya 59%.

Berikut hasil persentase faktor budaya dapat dilihat pada diagram di bawah ini :

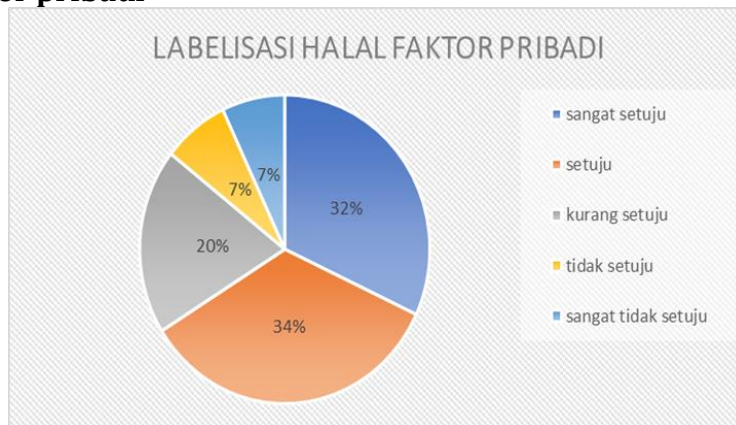
1. Faktor Budaya



Gambar 1. Diagram Deskripsi Labelisasi Faktor Kebudayaan

Berdasarkan diagram diatas dapat kita lihat bahwa prilaku konsumen dari segi faktor budaya dengan **SANGAT SETUJU** untuk memutuskan pembelian produk makanan yang memiliki labelisasi halal sebanyak 60%.

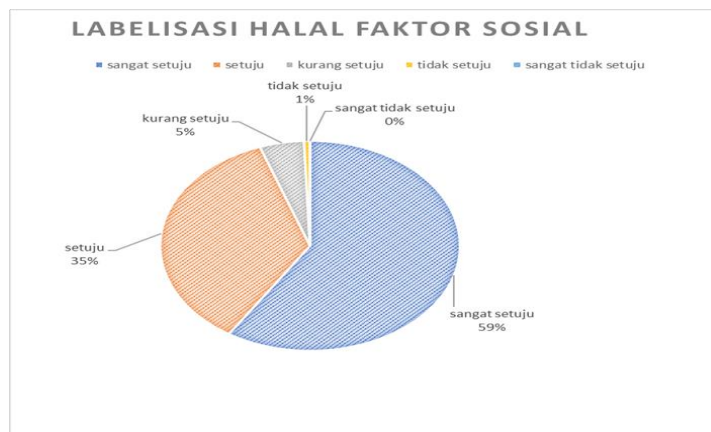
2. Faktor pribadi



Gambar 2. Diagram Labelisasi Halal Faktor Pribadi

Berdasarkan diagram diatas dapat kita lihat bahwa prilaku konsumen dari segi faktor pribadi dengan **SETUJU** untuk memutuskan pembelian produk makanan yang memiliki labelisasi halal sebanyak 34%

3. Faktor Sosial



Gambar 3. Diagram Labelisasi Halal Faktor Sosial

Berdasarkan diagram diatas dapat kita lihat bahwa prilaku konsumen dari segi faktor pribadi dengan **SANGAT SETUJU** untuk memutuskan pembelian produk makanan yang memiliki labelisasi halal sebanyak 59%

D. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai prilaku konsumen dalam memutuskan pembelian produk makanan yang memiliki labelisasi halal di kota Padang sangat cenderung dipengaruhi dari segi faktor budaya dapat ditunjukkan dengan persentase 60% dikarenakan mayoritas masyarakat di kota Padang beragama islam dan kuat dengan ajaran budaya keagamaan yang sudah melekat pada masyarakat kota Padang bahwa memilih makanan cenderung yang memiliki labelisasi halal karena itu sudah terjamin dari segi kehalalan produk tersebut. Setelah itu baru diikuti oleh faktor sosial yang hanya berselisih 1 % yaitu 59% dari faktor budaya sementara itu faktor pribadi hanya 34%.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasan, K. S. (2014). *Kepastian hukum sertifikasi dan labelisasi halal produk pangan*. Jurnal Dinamika Hukum, 14(2), 227-238.
- Bulan, T. P. L. (2016). *Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang kabupaten Aceh Tamiang*. Jurnal Manajemen dan Keuangan, 5(1), 431-439.
- Anggraini, N. P., & Suryoko, S. (2018). *Pengaruh Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kosmetik Sariayu Di Kota Semarang)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 7(3), 359-369.
- Bulan, T. P. L. (2016). *Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang kabupaten Aceh Tamiang*. Jurnal Manajemen dan Keuangan, 5(1), 431-439.
- Syahputra, A., & Hamoraon, H. D. (2014). *Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan masyarakat Kecamatan Perbaungan dalam*

*pembelian produk makanan dalam kemasan. University of North
Sumatra.*

Septian, R. (2021). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan
Pembelian Wisatawan Pada Wisata Kuliner Pempek Kelurahan 8 Ilir
Di Kota Palembang (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri
Sriwijaya).*