



### PENGARUH LABEL HALAL DAN KEMASAN PADA PRODUK MAKANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

Noorma Yunia<sup>1</sup>, Ilmi Albadiah<sup>2</sup>, Budiman<sup>3</sup>, Niah Solihah<sup>4</sup>

STAI La Tansa Mashiro

Email : noormayunia@gmail.com

#### ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini menyoroti pentingnya label halal bagi konsumen Muslim di Indonesia, yang memerlukan jaminan kehalalan pada produk makanan kemasan. Di Desa Sindangsari, banyak masyarakat yang belum memperhatikan label halal saat membeli produk. Penelitian ini memiliki tujuan : 1. Untuk mengetahui pengaruh Label Halal pada produk makanan terhadap Minat Beli Konsumen di Desa Sindangsari Kec. Sajira Leabk Banten, 2. Untuk mengetahui pengaruh Kemasan pada produk makanan terhadap Minat Beli Konsumen di Desa Sindangsari Kec. Sajira Leabk Banten dan 3. Untuk mengetahui pengaruh Label Halal dan Kemasan pada produk makanan terhadap Minat Beli Konsumen di Desa Sindangsari Kec. Sajira Leabk Banten. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif korelasional. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Desa Sindangsari yang berusia 18-35 tahun sebanyak 1.004 orang. Teknik pengambilan sample menggunakan Nonprobability sampling dengan kategori propusive sampling sebanyak 62 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, kajian pustaka, kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji t, dan uji F. Dengan bantuan Software Statistial Package For The Social Science (SPSS) V29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1. Variabel Label Halal pada produk makanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di Desa Sindangsari Kec. Sajira Leabk Banten, 2. Variabel Kemasan pada produk makanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di Desa Sindangsari Kec. Sajira Leabk Banten, 3. Variabel Label Halal dan Kemasan pada produk makanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di Desa Sindangsari Kec. Sajira Leabk Banten. Kontribusi Label Halal dan Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen sebesar 31,00% sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain diluar variabel penelitian.

**Kata Kunci** : Label Halal, Kemasan, Minat Beli.

## ABSTRACT

*The background of this research highlights the importance of halal labels for Muslim consumers in Indonesia, who require guarantees of halal compliance for packaged food products. In Sindangsari Village, many residents have not yet paid attention to halal labels when purchasing products. This study aims to: 1. Determine the influence of the Halal label on food products towards consumer purchase intention in Sindangsari Village, Sajira District, Lebak, Banten, 2. Determine the influence of packaging on food products towards consumer purchase intention in Sindangsari Village, Sajira District, Lebak, Banten, and 3. Determine the influence of the Halal label and packaging on food products towards consumer purchase intention in Sindangsari Village, Sajira District, Lebak, Banten. The research method used is a correlational quantitative method. The population in this study consisted of 1,004 individuals aged 18-35 years from Sindangsari Village. The sampling technique used is nonprobability sampling with a purposive sampling category of 62 respondents. Data collection techniques include observation, literature review, questionnaires, and documentation. The data analysis techniques used are validity tests, reliability tests, normality tests, heteroscedasticity tests, multicollinearity tests, multiple linear regression analysis, determination coefficient tests, t-tests, and F tests, with the assistance of the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) software version 29. The results of the study show that: 1. The Halal label variable on food products partially has a positive and significant influence on consumer purchase intention in Sindangsari Village, Sajira District, Lebak, Banten, 2. The packaging variable on food products partially has a positive and significant influence on consumer purchase intention in Sindangsari Village, Sajira District, Lebak, Banten, 3. The Halal label and packaging variables on food products simultaneously have a positive and significant influence on consumer purchase intention in Sindangsari Village, Sajira District, Lebak, Banten. The contribution of the Halal label and packaging to consumer purchase intention is 31.00%, while the remaining percentage is influenced by other factors outside the research variables..*

**Keyword: Halal Label, Packaging, Purchase Intention.**

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia, dalam menghadapi fenomena perdagangan bebas, dihadapkan pada kekhawatiran bahwa pasar domestiknya mungkin akan dipenuhi oleh produk-produk yang mengandung atau terkontaminasi oleh unsur-unsur yang dianggap haram. Misalnya, dalam proses produksi, penyimpanan, penanganan, dan pengemasannya menggunakan bahan pengawet atau bahan lain yang berpotensi membahayakan kesehatan, atau tambahan bahan lain yang mengandung unsur yang dilarang oleh syariat Islam sebab mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim, berdasarkan data dari Kementerian Agama RI (2022) penduduk Indonesia yang beragama islam mencapai sekitar 86,93% dari total populasi yang ada. Dalam islam, umat Muslim diwajibkan untuk mengonsumsi makanan dan minuman yang halal. Hal ini karena setiap jenis makanan dan minuman yang dikonsumsi akan menjadi bagian dari tubuh dan menjadi sumber energi untuk kehidupan (Al Farisi, 2020). Kesadaran masyarakat Muslim untuk

menghindari produk yang haram akan meningkatkan kecermatan mereka dalam memilih produk. Kehalalan menjadi factor utama dalam proses pemilihan produk (Ulfah dkk, 2022). Ketentuan inilah yang membuat keterbatasan produk makanan dan minuman yang dapat masuk ke pasar Muslim. Harahap (2020) menyatakan bahwa untuk memudahkan identifikasi makanan halal, terutama yang dikemas, dapat dilihat dari label halal yang tertera pada kemasan produk tersebut. Oleh karena itu, penting untuk melakukan seleksi yang cermat dalam memilih produk yang digunakan atau dikonsumsi. Hal ini disebabkan karena kehalalan dan keharaman sudah jelas, namun terdapat perkara-perkara syubhat di antara keduanya, yaitu hal-hal yang belum jelas status kehalalannya (Nasution dkk,2023). Menjauhkan diri dari hal-hal yang syubhat merupakan langkah yang penting dalam menjaga agama dan kehormatan umat Muslim. Menurut Mohammad (2021), label halal adalah sebuah simbol yang menandakan apakah suatu produk atau makanan dapat dikonsumsi sesuai dengan ajaran Islam. Pencantuman label halal bertujuan untuk melindungi konsumen Muslim yang merupakan mayoritas di Indonesia serta membantu memilih produk yang sesuai dengan ketentuan agama islam. A'yuni & Prahara (2022) juga menyatakan bahwa keberadaan label halal sangat mempermudah masyarakat Muslim dalam memilih produk yang mereka konsumsi. Pencantuman label halal dapat dilakukan oleh perusahaan yang mendapatkan sertifikat halal MUI atau BPJPH, karena sejak tanggal 01 februari 2022 kewenangan untuk mengeluarkan sertifikat telah berpindah tangan pada lembaga BPJPH. Salah satu contoh kasus mengenai label halal terjadi pada tahun 2023, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai inut dibawah naungan Kementerian Agama mencabut sertifikat halal untuk jus buah bermerk Nabidz. Pencabutan ini terjadi setelah investigasi menemukan manipulasi data dalam proses sertifikasi halal oleh oknum pelaku usaha dan pendamping Proses Produk Halal (PPH). Oknum pelaku usaha mencantumkan label halal pada produk wine, bukan jus buah seperti yang disertifikasi, sementara Pendamping PPH tidak melakukan verifikasi yang seharusnya dan malah memanipulasi data. Akibatnya, BPJPH mencabut sertifikat halal untuk produk Jus Buah Anggur mulai 15 Agustus 2023 dan menarik produk berlabel halal dari peredaran. Kejadian ini menunjukkan pentingnya edukasi, komitmen, dan pengawasan dalam penyelenggaraan Jaminan Produk Halal sesuai dengan Undang undang Nomor 33 Tahun 2014 (Kementerian Agama, 2023).

Islam telah memberikan peringatan dan perlindungan kepada umat Muslim agar berhati-hati dalam memilih makanan yang akan di konsumsi. Namun masih ada produk makanan kemasan yang ditemukan tidak memiliki label halal pada kemasannya. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya edukasi dan informasi yang masyarakat terima mengenai pentingnya label halal agar terjaminnya kehalalan suatu produk (Setyowati dkk, 2024).

Konsumsi produk makanan kemasan adalah bagian tak terpisahkan dari kehidupan kita. Kemasan memiliki peran penting, baik sebagai pelindung produk maupun sebagai alat pemasaran yang dapat meningkatkan minat beli konsumen (Kotler & Keller, 2016:341). Oleh karena itu, kemasan harus memenuhi standar yang ditetapkan oleh BPOM dan lembaga internasional seperti CODEX, ISO, GMP, HACCP, CE, dan Ecolabelling agar produk aman, sehat

dan layak konsumsi. Pengertian makanan kemasan menurut Khairul Fazrin (2017) dalam Dini (2022) adalah makanan kemasan merupakan makanan instan yang sudah bisa dikonsumsi langsung oleh konsumen. Salah satu upaya atau metode dalam memilih produk adalah dengan mencari informasi yang ada pada kemasan produk tersebut. Kemasan ini berfungsi sebagai sarana informasi bagi konsumen untuk membangun kepercayaan terhadap suatu produk, dan salah satu contohnya adalah keberadaan label halal (Maulina et al., 2024). Dengan meningkatkan kewaspadaan dan ketelitian terhadap label produk, konsumen dapat lebih mudah menemukan opsi makanan kemasan yang sehat dan aman di pasaran. Dengan adanya label halal pada kemasan suatu produk, kecemasan konsumen terkait keabsahan produk yang akan dibeli dapat berkurang. Produk makanan dengan label halal ataupun belum sudah tersebar di berbagai wilayah Indonesia, termasuk di Desa Sindangsari. Sindangsari merupakan sebuah desa yang ada di Kecamatan Sajira Kabupaten Lebak. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kab. Lebak (2023) Desa Sindangsari (2023) terdiri dari 6 kampung yaitu Ciomas, Sangiang, Sumandang, Sanding, Bubur Dan Teras. Jumlah keseluruhan penduduknya mencapai 3.957 jiwa dan seluruh penduduk desa Sindangsari memeluk agama Islam.

Di Desa Sindangsari, banyak toko atau warung yang dikelola secara mandiri oleh penduduk setempat, menjual berbagai produk makanan kemasan seperti mie instan, biskuit, wafer, dan keripik. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, masih banyak masyarakat Desa Sindangsari yang kurang memperhatikan label halal dan kemasan dalam memilih produk, karena tidak ada aturan khusus dari pihak desa terkait izin masuk produk yang memiliki dan tidak memiliki label halal pada kemasan produk. Produk makanan kemasan tidak diseleksi terlebih dahulu sebelum dijual, dan label halal bukan menjadi prioritas utama bagi masyarakat. Salah satu produk makanan kemasan yang paling diminati masyarakat Desa Sindangsari adalah mie instan. Di bawah ini adalah contoh produk makanan kemasan yang memiliki dan tidak memiliki label halal.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas serta mengingat kondisi masyarakat Desa Sindangsari yang seluruh warganya adalah umat muslim dan memiliki pemahaman yang baik tentang aturan agama Islam, penelitian ini akan mengeksplorasi apakah masyarakat Desa Sindangsari memperhatikan dan mempertimbangkan keberadaan label halal pada produk yang akan dibelinya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti topik ini dengan judul: "Pengaruh Label Halal Dan Kemasan Pada Produk Makanan Terhadap Minat Beli Konsumen (Penelitian Di Desa. Sindangsari Kec. Sajira Kab. Lebak Banten)".

## **2. METODOLOGI PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian jenis kuantitatif korelasional yang mencari ada atau tidaknya hubungan sebab akibat yang terjadi antara pengaruh label halal pada produk makanan terhadap minat beli konsumen ataupun pengaruh kemasan pada produk makanan kemasan terhadap minat beli konsumen serta pengaruh label halal dan kemasan pada produk makanan terhadap minat beli konsumen

masyarakat Desa Sindangsari Kec. sajira Kab. Lebak Banten. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Desa Sindangsari yang berusia 18-35 tahun sebanyak 1.004 orang. Teknik pengambilan sample menggunakan Nonprobability sampling dengan kategori purposive sampling sebanyak 62 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, kajian pustaka, kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji t, dan uji F.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data terhadap variabel Minat Beli Konsumen (Y) merupakan proses melakukan perhitungan data sesuai dengan apa yang telah diperoleh pada langkah langkah pengumpulan data yaitu observasi dan kuesioner (angket) terhadap responden, yang kemudian dilakukan langkah interpretasi data. Pengolahan data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi uji t dan uji f antara variabel Label Halal (X1) dan variabel Kemasan (X2) terhadap variabel Minat Beli Konsumen (Y). Untuk memperoleh data tentang "Pengaruh Label Halal Dan Kemasan Pada Produk Makanan Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen" maka dilakukan dengan penyebaran instrumen penelitian berupa kuesioner (angket) penelitian kepada masyarakat dengan menggunakan lembar kuesioner. Penelitian ini dilakukan di Desa Sindangsari, tepatnya masyarakat Kp. sanding yang menjadi sampel penelitian. Hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Label Halal dengan jumlah responden 62 dan jumlah item pernyataan 10 butir dan nilai yang diberikan pada setiap butir pernyataan maksimal 5 dan minimal 1 yang diberikan kepada masyarakat Desa Sindangsari.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan bahwa label halal dan kemasan secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Uji Parsial (Uji t) menunjukkan bahwa label halal memiliki nilai t hitung sebesar 2,060 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,671 dengan taraf signifikansi 0,04 ( $< 0,05$ ). Hal ini mengindikasikan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen secara parsial. Variabel kemasan juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, dengan nilai t hitung sebesar 2,305 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,671 dan taraf signifikansi sebesar 0,03 ( $< 0,05$ ). Uji Simultan (Uji F) menunjukkan bahwa secara simultan, label halal dan kemasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Nilai F hitung sebesar 6,141 lebih besar dari F tabel sebesar 3,15 dengan taraf signifikansi sebesar 0,02  $< 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama mempengaruhi variabel minat beli konsumen. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) menghasilkan nilai R Square 0,310. Artinya 31,00% variabel Minat Beli Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel label halal dan kemasan, sedangkan sisanya sebesar 69,00% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

#### 4. KESIMPULAN

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara label halal pada produk makanan kemasan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan output SPSS, di mana t hitung untuk label halal (2,060) lebih besar dari t tabel (1,671). Signifikansi label halal adalah 0,04 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. 2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemasan pada produk makanan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan output SPSS, di mana t hitung untuk kemasan (2,305) lebih besar dari t tabel (1,671). Signifikansi kemasan 0,03 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. 3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara label halal dan kemasan pada produk makanan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan hasil output SPSS yaitu berdasarkan uji F, f hitung (6,141) > f tabel (3,15) dengan signifikansi 0,02 yang menunjukkan pengaruh signifikan. Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan nilai R sebesar 0,056 yang mengindikasikan korelasi positif moderat. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) menghasilkan nilai R Square sebesar 0,310. Artinya, 31,00% variabel Minat Beli dapat dijelaskan oleh variabel Label Halal dan Produk Makanan Kemasan, sedangkan sisanya sebesar 69,00% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini..

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni, Sundari & Prahara (2022). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Masyarakat Muslim Mojokerto. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 5(1), 166-179.
- Al Farisi (2020). Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Produk Makanan Halal Di Kelurahan Mlangi Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, (2), 60-75.
- Apriyanti, A. (2018). *Manajemen Kemasan Produk*. Jakarta: Cakra Press.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) (2022). *Panduan Sertifikasi Halal Bagi Usaha Mikro dan Kecil (UMK)*. Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lebak. (2023). *Kecamatan Sajira dalam angka 2023: Sajira subdistrict in figures 2023*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lebak.
- Cahyadi, B. (2017). *Manajemen Kemasan Produk*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Darmawan, A. (2014). *Manajemen Pemasaran Produk*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dini, M. (2022). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Intan Lampung)* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Publisher.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fida, A. (2014). *Konsep Makanan dalam Islam*. Jakarta: Penerbit Al-Qalam.
- Flexypack. (n.d.). *Ilustrasi gambar kemasan yang sesuai ketentuan*. Diambil dari <https://flexypack/png.com>.
- Ghozali (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gordon, R. S. (2016). *Food Packaging: Principles and Practice*. Boca Raton: CRC Press.
- Harahap, r. s. p. (2020). Pengaruh label halal terhadap keputusan masyarakat membeli produk makanan dan minuman (study kasus lingkungan vi kelurahan nangka binjai utara). *At-tawassuth: jurnal ekonomi islam*, 5(2), 354-376.
- Hidayah & Abdul (2020). *Manajemen Keamanan Pangan: Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hidayat, Nur (2015). Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*.
- Huzaemah, A. (2013). *Pangan dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Penerbit Al-Maarif.
- Kemenag RI (2022). Ditetapkan, label halal Indonesia berlaku nasional
- Kementerian Agama Republik Indonesia (Kemenag RI). (2022). Keputusan Kepala BPJPH Nomor 40 Tahun 2022 tentang Penetapan Label Halal.
- Maulina, D. S., Prahawan, W., & Mumtazah, L. (2024). The Effect of Employee Absenteeism and Turnover on Innovation and Organizational Performance. *Journal of Economy, Accounting and Management Science (JEAMS)*, 5(2), 142–150.  
<https://jeams.unmerbaya.ac.id/index.php/jeams/article/view/27>