

**ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL DAN AMAN PRODUK
PANGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI MALANG**

SKRIPSI

Oleh:

**Ade Vera Rosidta Zani
NIM. 0911030067-103**



**JURUSAN TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2013**

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2010 Badan Pusat Statistik Jawa Timur mencatat bahwa pengeluaran warga Malang menempati posisi tertinggi untuk rata-rata pengeluaran makanan per kapita dalam satu bulan yaitu sebesar Rp. 350.692. Selain itu BPS juga mencatat bahwa warga Malang memiliki rata-rata pengeluaran untuk produk makanan yang terbesar adalah produk makanan dan minuman jadi yaitu sebesar Rp. 120.326 perkapita dalam sebulan. Hal ini terlihat dari hasil survei sosial ekonomi Nasional tahun 2010 BPS Provinsi Jawa Timur tentang rata-rata pengeluaran perkapita sebulan (BPS, 2011).

Perusahaan pengolahan pangan atau produsen, baik dalam industri kecil maupun besar melihat tingginya konsumsi produk pangan di Malang. Mereka terus berupaya melakukan inovasi dan meningkatkan kreativitas dalam menciptakan suatu diferensiasi produk. Upaya ini bertujuan untuk menarik dan menjaga kesetiaan konsumen dalam membeli suatu produk.

Keputusan pembelian produk oleh konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan membeli, juga untuk menggunakan dan mengonsumsi barang-barang dan jasa yang dibeli, termasuk juga faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dan menggunakan produk (Lamb, Hair dan McDaniel (2001) dalam Rangkuti (2009)). Konsumen pangan sekarang ini lebih kritis dalam memilih pangan. Hal tersebut disebabkan karena dewasa ini masih dijumpai banyak permasalahan yang berkaitan dengan mutu dan keamanan produk pangan seperti banyak produk yang tidak memenuhi syarat mutu dan keamanan. Hal tersebut disebabkan karena beberapa hal diantaranya penggunaan aditif pangan terlarang, cemaran kimia yang berbahaya,

cemaran mikrobiologi tinggi, penjualan produk kadaluarsa juga label dan iklan produk yang tidak layak (Legowo, 2003).

Untuk memenuhi keinginan konsumen yang kritis, produsen memberikan label yang telah mereka dapatkan dari lembaga yang berwenang pada kemasan produk yang mereka keluarkan. Label digunakan sebagai jaminan bahwa produk mereka layak untuk dikonsumsi. Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 tahun 2011, label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian pada kemasan. Label jaminan pangan ini terdapat berbagai macam, diantaranya adalah label aman produk pangan dan label Halal.

Label Halal pada produk pangan digunakan untuk menjamin kehalalan produk tersebut, dari asal-usul bahan, komposisi dan proses pembuatannya. Halal berarti lepas atau tidak terikat. Makanan yang halal adalah yang diijinkan untuk dikonsumsi atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarang. Baik (*Thayyib*) adalah lezat, baik, sehat dan menenangkan. Pangan yang baik di sini dapat diartikan sama dengan pangan yang memiliki cita rasa baik, sanitasi *hygiene* baik dan kandungan gizinya yang baik (Girindra, 2006).

Label aman pangan digunakan untuk menjamin produk pangan yang beredar di pasaran aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Label aman pangan ini penting untuk dicantumkan dalam kemasan produk karena keamanan pangan merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan dalam konsumsi sehari-hari, dengan demikian sesungguhnya pangan selain harus tersedia dalam jumlah yang cukup, harga yang terjangkau, juga harus memenuhi persyaratan lain, yaitu aman dan halal. Oleh karena itu, terlebih dahulu pangan tersebut harus dipastikan aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat,

atau pangan tidak boleh mengandung bahan berbahaya yang dapat mengganggu keselamatan jiwa (Ajeng, 2010).

Penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui pengaruh label yang terdapat pada produk pangan terhadap keputusan pembelian konsumen di Malang dan untuk mengetahui berapa banyak informasi yang dibaca konsumen ketika membeli produk pangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Metode ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh dua variabel bebas terhadap satu variabel tergantung dan memprediksi variabel tergantung dengan menggunakan dua variabel bebas (Sarwono, 2010). Koefisien kolerasi yang ada pada analisis regresi berganda dapat diketahui pengaruh variabel independen atau Label Halal dan Aman produk pangan terhadap variabel dependen atau keputusan pembelian konsumen. Model regresi juga dapat menunjukkan perubahan akibat variabel bebas (independen) dalam kaitannya dengan variabel terikat (dependen).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh label halal dan aman produk pangan terhadap keputusan pembelian konsumen?
2. Berapa banyak informasi pada kemasan produk pangan yang lebih sering dibaca ketika konsumen membeli produk pangan?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh label halal dan aman produk pangan terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Untuk mengetahui banyaknya informasi pada kemasan produk pangan yang paling sering dibaca konsumen ketika membeli produk pangan.

1.4 Manfaat

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan pengetahuan tentang besarnya pengaruh pemberian label halal dan aman produk pangan terhadap keputusan pembelian konsumen.