

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENCANTUMAN LABEL HALAL TERHADAP MINAT  
BELI LUWAK WHITE COFFE PADA MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SAMARINDA**



**OLEH :**  
**RIKKA CAHYATI**  
**NPM 12.11.1001.3443.051**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SAMARINDA  
2016**

**PENGARUH PENCANTUMAN LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI LUWAK  
WHITE COFFE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS 17  
AGUSTUS 1945 SAMARINDA**

Oleh :

**RIKKA CAHYATI.Robin Jonathan, Rina Masitoh Hariyadi,**

NPM : 12.11.1001.3443051

Fakultas Ekonomi

Jurusan Manajemen

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SAMARINDA

**ABSTRAK**

Luwak White Coffe adalah salah satu pelopor inovasi yang terkini yang di kenal oleh semua masyarakat yang ada di Indonesia terutama di Samarinda. Luwak White Coffe dengan kualitas, rasa, dan aroma kopinya sampai saat ini memang belum ada yang menandingi. Dan menyimpan beberapa manfaat yang ada dalam kehidupan Manusia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pencantuman label halal sebagai peringatan berpengaruh terhadap minat beli luwak white coffe.

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan metode kuisioner (angket), dan studi kepustakaan yang dilakukan secara sistematis. Sampel pada penelitian ini yakni 90 orang yang mengkonsumsi Luwak White Coffe ditentukan dengan menggunakan metode sampel berdasarkan kebetulan (*sampling aksidental*). alat analisis yang digunakan ialah regresi linier sederhana

Dari hasil penelitian memperlihatkan bahwa Pencantuman Label Halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Luwak White Coffe pada kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda.

***Kata Kunci : Pencantuman Label Halal dan Minat Beli***

**Pendahuluan**

Dalam islam umat muslim diwajibkan mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal, karena setiap makanan dan minuman yang kita konsumsi akan mendarah daging dalam tubuh dan menjadi sumber energi yang penting untuk kehidupan. Ketidakinginan masyarakat muslim untuk mengonsumsi produk-produk haram akan meningkatkan kejelian dalam proses pemilihan produk.

Kehalalan sebagai parameter utama dalam proses pemilihan produk. Ketentuan ini membuat keterbatasan pada produk-produk makanan dan minuman untuk memasuki pasar umat muslim. Memastikan makanan dan minuman yang dikonsumsi halal menjadi tanggung jawab bagi setiap muslim. Untuk mempermudah mengetahui makanan yang dikonsumsi halal khususnya minuman dalam kemasan maka dapat dilihat dari label halal yang tercantum pada kemasan minuman tersebut. Label pada produk pangan halal yang sangat penting untuk diperhatikan.

Label halal adalah pemberian tanda halal atau bukti tertulis sebagai jaminan produk yang halal dengan tulisan Halal dalam huruf Arab, huruf latin dan nomor kode dari Menteri yang dikeluarkan atas dasar pemeriksaan halal dari lembaga pemeriksa halal yang dibentuk oleh MUI, fatwa halal dari MUI, sertifikat halal dari MUI sebagai jaminan yang sah bahwa produk yang dimaksud adalah halal di konsumsi serta di gunakan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan syariah. Label halal mempunyai tujuan untuk memenuhi tuntutan pasar (konsumen) secara umum.

Produk makanan dan minuman yang memiliki kualitas terbaik dan mampu membuat konsumen percaya selain itu rasa aman saat mengkonsumsinya menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam membeli produk minuman Luwak White Coffie salah satu produk yang mampu memberikan rasa aman bagi konsumen. Kualitas produk Kopi Luwak White Koffie dengan varian rasa kopi

original dan premium yang nikmat, Produk ini mengedepankan sebagai kopi dengan kadar rasa kafein yang rendah sehingga cocok untuk penderita maag karena tidak menyebabkan iritasi lambung, aroma kopi yang kuat, tekstur kopi yang pekat, kental, dapat menjadikan daya tarik tersendiri dari Kopi Luwak White Coffie, desain kemasan yang simple dan elegan. Selain warna kopi yang cenderung putih kecoklatan juga diambil sebagai ciri khas sebagai promosi.

Pencantuman tanda halal dalam bentuk label halal merupakan upaya perlindungan konsumen muslim yang merupakan konsumen terbesar di Indonesia dimana jumlah konsumen muslim di Indonesia sebanyak 235 juta atau sebesar 87%. Kewajiban pencantuman label halal dapat membantu konsumen muslim untuk dapat memilih produk yang dikonsumsi, dimana pencantuman label halal dapat dilakukan oleh perusahaan yang mendapatkan sertifikat halal MUI.1

Melihat kasus-kasus besar yang berkaitan dengan kehalalan produk makanan dan minuman yang terjadi di Indonesia dan telah merugikan banyak pihak, serta menimbulkan keresahan masyarakat. Kasus pertama terjadi pada tahun 1988, yaitu adanya isu lemak babi pada banyak produk pangan seperti permen Sugus, Kecap ABC, Sabun Camay, Pasta Gigi bermerk *Coltage* dll. Sedangkan kasus kedua adalah haramnya MSG Ajinomoto yang sebelumnya telah dinyatakan halal, ini terjadi pada tahun 2000. Kasus ketiga terjadi pada tahun 2013 dimana kasus pada tahun 1988 terulang kembali yaitu adanya isu dalam kandungan emulsifier E471 pada Luwak White Coffie dan kandungan emulsifier E472 pada es cream magnum mengandung lemak babi. Belajar dari kasus yang terjadi pada tahun 1988 tersebut, maka Majelis Ulama Indonesia (MUI) berusaha berperan untuk menenteramkan umat Islam dalam masalah kehalalan produk dengan cara mendirikan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika (LPPOM MUI).

Selain itu perusahaan memproduksi Luwak White Koffie dengan rasa kopi original dan premium. Dalam penelitian digunakan studi kasus Luwak White Koffie sebagai produk yang akan diteliti. Produk-

produk luwak white coffie juga dikatakan "halal" oleh LPPOM MUI dan ini memberikan keterangan yang jelas bagi konsumen tentang isu adanya kandungan babi atau Emulsifier E471 yang digunakan Luwak White Coffie.

## **Landasan Teori**

### **Label Halal**

Menurut Stanton dan William (2004:282) label adalah bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau pula etiket (tanda pengenal) yang dicantumkan pada produk.

Stanton dan J William (2004:282) membagi label kedalam tiga klasifikasi yaitu :

- a. Brand Label, yaitu merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan.
- b. Descriptive Label, yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi/pembuatan, perhatian/perawatan, dan kinerja produk, serta karakteristik-karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk.
- c. Grade Label, yaitu label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk (product's judged quality) dengan suatu huruf, angka, atau kata. Misal buah-buahan dalam kaleng diberi label kualitas A, B dan C.

Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia atau yang disingkat LPPOM MUI adalah lembaga yang bertugas untuk meneliti, mengkaji, menganalisa dan memutuskan apakah produk-produk baik pangan dan turunannya, obat-obatan dan kosmetika apakah aman dikonsumsi baik dari sisi kesehatan dan dari sisi agama Islam yakni halal atau boleh dan baik untuk dikonsumsi bagi umat Muslim khususnya di wilayah Indonesia, selain itu memberikan rekomendasi, merumuskan ketentuan dan bimbingan kepada masyarakat. Lembaga ini didirikan atas keputusan Majelis Ulama Indonesia (MUI) berdasarkan surat keputusan nomor 018/MUI/1989, pada tanggal 26 Jumadil Awal 1409 Hijriah / 6 Januari 1989.

## Sertifikat Produk Halal

Sertifikat produk halal adalah surat keputusan fatwa halal yang dikeluarkan Dewan Pimpinan MUI dalam bentuk sertifikat. Sertifikat produk halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal. Ini artinya sebelum pengusaha memperoleh ijin untuk mencantumkan label halal atas produk pangannya, terlebih dahulu ia mengantongi sertifikat produk halal yang diperoleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika (LP POM) MUI

Tahapan atau langkah prosedur dan mekanisme penetapan fatwa halal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. MUI memberikan pembekalan pengetahuan kepada para auditor LP.POM (MUI) tentang benda haram menurut syari'at Islam, dalam hal ini benda haram li-zatih dan haram li-ghairih yang karena cara penanganannya tidak sejalan dengan syari'at Islam. Dengan arti kata auditor harus mempunyai pengetahuan memadai tentang benda-benda haram tersebut.
2. Para auditor melakukan penelitian dan audit ke pabrik-pabrik (perusahaan) yang meminta sertifikasi produk halal. Pemeriksaan yang meliputi:
  - a. Pemeriksaan secara seksama terhadap bahan-bahan produk, baik bahan baku maupun bahan tambahan (penolong).
  - b. Pemeriksaan terhadap bukti-bukti pembelian bahan produk.
3. Bahan-bahan tersebut kemudian diperiksa di laboratorium terutama bahan-bahan yang dicurigai sebagai benda haram atau mengandung benda haram (najis), untuk mendapat kepastian.
4. Pemeriksaan terhadap suatu perusahaan tidak jarang dilakukan lebih dari satu kali; dan tidak jarang pula auditor (LP.POM MUI) menyarankan bahkan mengharuskan agar mengganti suatu bahan yang dicurigai atau diduga mengandung bahan yang haram (najis) dengan bahan yang diyakini kehalalannya atau sudah bersertifikat produk halal dari MUI atau dari lembaga lain yang dipandang berkompeten, jika perusahaan tersebut tetap menginginkan mendapatkan sertifikat produk halal dari MUI.

5. Hasil pemeriksaan dan audit LP.POM MUI tersebut kemudian dituangkan dalam sebuah Berita Acara; dan kemudian Berita Acara tersebut diajukan ke Komisi Fatwa MUI untuk disidangkan.
6. Dalam Sidang Komisi Fatwa, LP.POM MUI menyampaikan dan menjelaskan isi Berita Acara; dan kemudian dibahas secara teliti dan mendalam oleh Sidang Komisi Fatwa MUI.
7. Suatu produk yang masih mengandung bahan yang diragukan kehalalannya, atau terdapat bukti-bukti pembelian bahan produk yang dipandang tidak transparan oleh Sidang Komisi Fatwa, dikembalikan kepada LP.POM MUI untuk dilakukan penelitian atau auditing ulang ke perusahaan yang bersangkutan.
8. Sedangkan produk yang telah diyakini kehalalannya oleh Sidang Komisi Fatwa, fatwa halalnya dilakukan oleh Sidang Komisi Fatwa.

## Minat Beli

Menurut Yudrik Jahja (2011:63) menyatakan bahwa : Minat ialah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu, minat berhubungan dengan aspek kognitif, afektif, dan motorik dan merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan.

Menurut Slameto, (2003 : 180) menyatakan bahwa : Minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh, minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau semakin dekat hubungan tersebut maka akan semakin besar minatnya.

Menurut M. As'ad (2003:6) mendefinisikan sebagai berikut : Minat sebagai suatu sikap yang membuat orang senang, dan dalam hal ini diikuti oleh perasaan dan kecenderungan untuk mencari obyek yang disenangi itu.

Menurut Yudrik Jahja, (2011:63). Minat memiliki sifat dan karakter khusus sebagai berikut:

1. Minat bersifat pribadi (individual), ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain.

2. Minat menimbulkan efek diskriminatif.
3. Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi dan dipengaruhi motivasi.
4. Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode. Adapun faktor-faktor yang meliputi minat sebagai berikut:
  - a) Kebutuhan fisik, sosial, dan egoitis.
  - b) Pengalaman.

Ali Hasan, (2013:173) menyatakan bahwa : Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu, dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan Rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu.

Menurut Lucas dan Britt (2011 : 15) mengatakan bahwa aspek-aspek yang terdapat dalam minat beli antara lain:

1. Perhatian, adanya perhatian yang besar dari konsumen terhadap suatu produk barang atau jasa.
2. Ketertarikan, setelah adanya perhatian maka akan timbul rasa tertarik pada konsumen.
3. Keinginan, berlanjut pada perasaan ingin memiliki suatu produk tersebut.
4. Keyakinan, kemudian timbul keyakinan pada diri individu terhadap produk tersebut sehingga menimbulkan keputusan (proses akhir) untuk memperolehnya dengan tindakan yang disebut membeli.
5. Tindakan, dalam hal ini tindakan pembelian akan terjadi jika konsumen mengetahui dan tertarik akan produk yang ditawarkan.

Menurut Augusty Ferdinand, (2006 : 129). Menyatakan Minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai Berikut:

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Prefrensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
4. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

## Metodelogi

### Definisi Operasional

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen pencantuman label halal dan variabel independen minat beli. Variabel pencantuman label memiliki indikator, yaitu : Gambar, Tulisan, Kombinasi tulisan dan gambar, Menempel pada Kemasan. Sedangkan variabel minat beli memiliki indikator yaitu : Perhatian, Kepercayaan, Pertimbangan, Keyakinan.

### Populasi dan Sampel

Penentuan jumlah sampel digunakan rumus Slovin yang dikutip oleh Husain Umar ( 2000:287 ) dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana : n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = persen kelonggaran karena

ketidak telitian = 10%

perhiungan :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{857}{1 + 857 (10\%)} \\ &= \frac{857}{1 + 857(0.1)^2} \\ &= \frac{857}{1 + 8.57} \end{aligned}$$

$$= \frac{857}{9.57}$$

= 90 Mahasiswa

### Teknik Analisis

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan data analisis regresi linier sederhana, adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh pencantuman label halal terhadap minat beli luwak white coffe dengan menggunakan bantuan program software SPSS 16.0.

### Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana pada tabel 5.7 diatas diperoleh sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah

$$Y = 8,845 + 0,511 X$$

Dimana :

Y = Variabel Minat Beli

X = Variabel Pencantuman label halal

- 1.)Nilai konstanta (Y) hal ini berarti setiap ada peningkatan variabel minat beli maka akan berpengaruh terhadap pencantuman label halal (X)
- 2.)Koefisien regresi pencantuman label halal (X) dari perhitungan linier sederhana hal ini berarti setiap ada peningkatan pencantuman label halal (X) pada suatu produk maka minat beli (Y) juga akan meningkat.

Dalam penelitian ini artinya , nilai uji parsial, (t hitung) variabel pencantuman label halal(X) sebesar 6,468 nilai koefisien (B) sebesar 0,511, dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  terdapat pengaruh signifikan antara variabel pencantuman label halal (X) terdapat minat beli terhadap luwak white coffe (Y) atau dengan kata lain  $H_0$  yang berbunyi : ada pengaruh pencantuman label halal terhadap minat beli terhadap luwak white coffe pada mahasiswa fekon universitas 17 agustus 1945 samarinda.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai pembuktian dari hipotesis yang diajukan yaitu sebagai berikut

“ Pencantuman Label Halal sebagai peringatan mempunyai pengaruh signifikan karena adanya label halal maka banyak minat beli terhadap luwak white coffe.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti menyarankan saran sebagai berikut:

1. Adanya peningkatan status sosial ekonomi masyarakat sehingga dalam memilih suatu produk, konsumen tidak hanya terpaku dengan harga yang terjangkau saja, melainkan ada hal yang lain yang penting juga untuk diperhatikan yaitu kehalalan suatu produk.
2. Oleh karena ada sebagian responden merasa bahwa halal juga penting dalam mengkonsumsi minuman, maka pencantuman label halal hendaknya diikuti dengan tindakan yang benar serta bertanggung jawab sehingga tidak ada produsen yang mengakali bahwa produknya haram tetapi mencantumkan label halal.
3. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk lebih mengeksplor faktor-faktor yang dapat mempengaruhi variabel minat beli selain pencantuman label halal misalnya : promosi dan harga, daya tarik iklan, kompetensi dan nilai pelanggan, produk, harga, promosi, lokasi dan promosi, keterlibatan, loyalitas merek, persepsi harga, persepsi kualitas, pengenalan dan persepsi resiko, keandalan/pemenuhan, desain situs web, keamanan/ privasi, layanan pelanggan.

### Daftar Pustaka

As'ad, M,2003. *Seri Ilmu Sumber Daya Manusia Psikologi Industri*. Yogyakarta: Liberty,

- Ferdinand, Augusty,2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasan, Ali,2013. *Maketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS,
- Jahja, Yudrik,2011. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group,
- Lucas,D. Blaine &Steuart H. Britt,2000. ***Advertising Psychology and Research*** New York:McGraw-Hill Book Company
- Slameto,2003. *Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta,
- Umar Husain,2000, “ *metedeologi penelitian*”,PT Gramedia Pustaka Utama,Jakarta.
- William J.Stanton ,2004.”*prinsip-prinsip pemasaran*, Erlangga , Jakarta.