

Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul

Ahmad Ulil Albab Al Umar

IAIN Salatiga

ahmadulil.asfebi@gmail.com

Muammar Taufiqi Lutfi Mustofa

IAIN Salatiga

taufiqi.febi@gmail.com

Dessy Fitria

IAIN Salatiga

dessyfitria.psfebi@gmail.com

Alfia Miftakhul Jannah

Universitas Ahmad Dahlan

alfia1800031118@webmail.uad.ac.id

Yusvita Nena Arinta

IAIN Salatiga

nen@iainsalatiga.ac.id

Abstrak

The halal industry is very developed lately. The halal lifestyle that is currently trending in Indonesia consists of the Islamic financial sector, halal food, halal travel, halal clothing, halal recreation, and halal media, halal medicines, halal medical care (hospital) and halal cosmetics. For example, a pharmaceutical industry such as Sidomuncul. Sidomuncul is a company that has the most halal products at this time. This study aims to partially examine the effect of the halal label and the expiration date on purchasing decisions. Then simultaneously analyze the effect of the halal label and the expiration date on Sidomuncul purchasing decisions. This research is a quantitative descriptive research. The method in this research uses multiple linear regression with SPSS 25. The population in this study are all people who buy Sidomuncul products, while the sample in this study was determined by 50 respondents. The results of this study resulted in a significant t-test value of 0,000, which means partially the halal label has a significant effect on purchasing decisions, the expiration date resulted in a significant t-test value of 0,006, which means partially expiration date has a significant effect on the Sidomuncul product purchase decision, and simultaneously the halal label and expiration date affect the Sidomuncul product purchase decision.

Kata Kunci

Expiration Date, Halal Label, Purchase Decision

I. PENDAHULUAN

Gaya hidup halal (*halal lifestyle*) belakangan ini sangat berkembang atau menjadi trend baru di Indonesia (Adinugraha & Sartika, 2019). Halal lifestyle yang sedang trend di Indonesia saat ini terdiri dari sektor keuangan Syariah, makanan halal, perjalanan halal, pakaian halal, rekreasi halal, dan media halal, obat-obat halal, perawatan medis (rumah sakit) halal dan kosmetik halal (Sapta Nirwandar, 2015). Hal tersebut juga didukung oleh masyarakat Indonesia merupakan negara dengan muslim terbesar di Dunia. Namun dengan potensi tersebut nyatanya kita belum memiliki prestasi dalam hal gaya hidup halal yang baik pada tingkat Global (Astuti, 2020). Sebagai negara dengan populasi Muslim terbanyak, Indonesia menjadi konsumen terbesar terkait produk halal pada pasar Internasional. Namun sumbangsih dalam memproduksi sebuah produk halal masih belum optimal. Hal tersebut mendukung adanya rangka pengembangan ekonomi syariah melalui industry halal, yang diharapkan dapat memaksimalkan kearifan lokal dalam menangkap peluang global. Alasan yang mendasari dari belum optimalnya penerapan gaya hidup halal di Indonesia adalah masih menganggap bahwa semua makanan yang berada di Indonesia itu halal, padahal jelas menjaga kehalalan dari suatu produk sangat membutuhkan usaha yang tidak mudah.

Inovasi dalam industri farmasi global saat ini adalah industri halal farmasi yang saat ini banyak beredar di masyarakat. Produk farmasi yang beredar di Indonesia saat ini mendapat perhatian khusus bagi masyarakat. Hal tersebut dikarenakan bahan baku untuk membuat produk tersebut dicuragi tidak halal apalagi yang berasal dari negara non muslim. Meskipun bahan baku halal dan suci sekalipun tak menutup kemungkinan tercampur dengan bahan-bahan yang haram. Oleh karena itu ini bukan merupakan masalah sepele, ini menjadi perhatian dan persoalan yang besar dan serius. Masyarakat membutuhkan kejelasan khusus mengenai status hukum produk tersebut sehingga tidak menimbulkan keresahan dan keraguan atas produk yang dikonsumsi (Firmansyah, 2017).

Salah satu industri halal farmasi di Indonesia adalah industri jamu sebagai contoh PT Sidomuncul. Jamu sebagai produk khas di Indonesia melalui Sidomuncul sebagai perusahaan yang bergerak di bidang industri jamu yang berhasil go internasional. Namun, hal tersebut tidak menjadikan jamu eksis mengungguli ke eksisan obat-obat kimia. Jamu masih dipandang sebelah mata oleh masyarakat Indonesia. Kemudian kelemahan industri jamu di Indonesia yakni sistem pemasaran yang masih tradisional pada era sekarang. Hal lain juga kurangnya regulasi dari pemerintah akan sertifikasi keamanan dan kehalalan produk. Padahal semestinya industri jamu di Indonesia bisa menjadi keunggulan yang dapat bersaing kompetitif dari negara produsen lain. Jika kekurangan tersebut diatasi maka semestinya bisa mendorong konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap produk Sidomuncul.

Label halal merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Label halal penting dikarenakan untuk memberikan keyakinan terhadap konsumen untuk pengambilan keputusan (Syahputra & Hamoraon, 2013). Menurut (Desmayonda & Trenggana, 2019) label halal menjadi sebuah bentuk promosi untuk menarik konsumen, baik muslim maupun non muslim. Penelitian oleh Bulan (2016), Desmayonda & Trenggana (2019) dan Wahyurini & Trianasari (2020) mengemukakan bahwa label halal memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan Prastiwi (2018) mengemukakan bahwa label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian adalah tanggal kadaluarsa. Menurut Setianingrum (2020) mengetahui tanggal kadaluarsa sangat

berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena dengan mengetahui tanggal kedaluarsa sebuah produk, para konsumen bisa memastikan produk tersebut masih layak untuk dikonsumsi atau tidak. Dalam penelitian (Putri & Subawa (2019) mengemukakan bahwa pencantuman tanggal kedaluarsa sangatlah penting dalam pemasaran suatu produk dalam mengupayakan produk yang layak untuk di edarkan. Menurut Tarmizi & Ulyah (2017) tanggal kedaluarsa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun hal sebaliknya diutarakan oleh Suprpto, Nurmalina, & Fahmi (2014) tanggal kedaluarsa tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian menggambarkan bahwa konsumen memiliki sikap guna memilih ataupun membeli terhadap sesuatu produk tertentu (Kotler & Keller, 2012). Keputusan pembelian menurut Wahyurini & Trianasari (2020) merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan pembeli yang jauh lebih besar dimulai dengan mengenali kebutuhan hingga perilaku pasca pembelian. Penelitian ini mengkaji mengenai label halal dan tanggal kadaluarsa. Pemilihan variabel tersebut karena dugaan peneliti bahwa faktor tersebut memiliki pengaruh pada keputusan pembelian

Alasan peneliti mengambil studi kasus pada Sidomuncul adalah pada tahun 2019 Sidomuncul mendapat juara Halal Award dan kategori Halal Top Brand. Selain itu perusahaan Sidomuncul adalah perusahaan yang sudah *go public* atau *listing* sehingga menjadikan hal ini menarik. Tujuan secara spesifik diadakannya Penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh label halal dan tanggal kadaluarsa terhadap keputusan pembelian produk Sidomuncul.

II. LANDASAN TEORI

A. 1. Label Halal

Label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal (Departemen Agama RI 1997 dan 2003). Label halal didapatkan setelah mendapatkan sertifikat halal. Label halal pada kemasan produk yang ada di Indonesia adalah sebuah logo yang tersusun dari huruf-huruf Arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran (Bulan, 2016). Sedangkan menurut Yuswohady (2015) menyatakan bahwa label halal adalah jaminan yang diberikan oleh suatu lembaga yang berwenang seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia untuk memastikan bahwa produk tersebut sudah lolos pengujian kehalalan sesuai syariaat Islam.

2. Tanggal Kadaluarsa

Tanggal kadaluarsa adalah batas waktu akhir suatu makanan dapat digunakan sebagai makanan Manusia (Munah, 2016). Sedangkan menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No.180/MEN.KES/PER/IV/1983 bahwa pengertian tanggal, bulan dan tahun kadaluarsa ialah batas akhir suatu makanan dijamin mutunya sepanjang penyimpanannya mengikuti petunjuk yang diberikan oleh produsen (*best before*). Menurut Munah (2016) Tanggal kadaluarsa dibedakan menjadi dua yaitu *best before* dan *use by*. *Best before* merupakan tanggal yang tercantum ialah batas suatu produk masih layak dikonsumsi meskipun telah melewati batas, namun mengalami penurunan kualitas. Sedangkan *use by* artinya produk tersebut tidak dapat lagi dikonsumsi (Sucipta, 2017).

3. Keputusan Pembelian

Perilaku konsumen menjadi hal yang sangat mendasar pada konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Menurut Kotler & Keller (2012), keputusan

pembelian adalah sebuah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap suatu produk. Sedangkan menurut Helga Durmond dalam (Griffin & Ebert, 2006) adalah mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan sebuah persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing. Hal ini sejalan dengan pemikiran Walker (1997) yang menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia membeli suatu produk guna memenuhi keinginan dan kebutuhan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dimana ini merupakan metode untuk menguji hipotesisnya. Populasi pada Penelitian ini adalah semua orang yang membeli produk Sidomuncul. Sampel pada penelitian ini ditentukan 50 responden dengan menggunakan Teknik *random sampling* sebagai Teknik pengambilan sampelnya. Metode pengumpulan data pada Penelitian ini menggunakan kuesioner (angket). Uji instrument pada Penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan untuk menguji data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, uji parsial (t), uji simultan (F) dan uji koefisien determinasi (R²).

IV. HASIL PENELITIAN

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 1
Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.921	3.261		4.269	.000
	LabelHalal	.556	.140	.463	3.975	.000
	TanggalKadaluarsa	.264	.093	.333	2.855	.006

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 1 diatas didapat sebuah model regresi linear berganda yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = 13,921 + 0,556 X1 + 0,264 X2$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut berarti bahwa jika setiap variabel bertambah satu satuan maka variabel label halal terhadap keputusan pembelian akan bertambah sebesar 0,556, variabel tanggal kadaluarsa terhadap keputusan pembelian pengaruhnya akan bertambah sebesar 0,264.

Uji Parsial (t)

Tabel 2
Uji parsial (t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.921	3.261		4.269	.000

LabelHalal	.556	.140	.463	3.975	.000
TanggalKadaluarsa	.264	.093	.333	2.855	.006

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Berdasarkan tabel 2 diatas menerangkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sidomuncul. Hal tersebut didasarkan oleh nilai koefisien sebesar 0,556 yang bernilai positif dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$. Kemudian tanggal kadaluarsa juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sidomuncul yang didasarkan atas nilai koefisien senilai 0,264 dan nilai sig $0,006 < 0,05$.

Uji Simultan (F)

Tabel 3
Uji Simultan (F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	136.408	2	68.204	14.874	.000 ^b
	Residual	215.512	47	4.585		
	Total	351.920	49			

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

b. Predictors: (Constant), TanggalKadaluarsa, LabelHalal

Berdasarkan tabel 3 diatas didapat Fhitung sebesar 14,875 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dasar keputusan memakai tingkat signifikansi sebesar 0,05 atau 5%. Hal tersebut berarti bahwa adanya Pengaruh secara Bersama-sama variabel label halal dan tanggal kadaluarsa terhadap keputusan pembelian produk Sidomuncul dikarenakan nilai signifikansinya lebih kecil dari 5% persen atau 0,05.

Uji Koefisien Determinasi (R2)

Tabel 4
Uji Koefisien Determinasi (R2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.623 ^a	.388	.362	2.141	2.031

a. Predictors: (Constant), TanggalKadaluarsa, LabelHalal

b. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Berdasarkan table 4 diatas didapat nilai Koefisien determinasi (R2) yang ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,362 atau sebesar 36,2%. Hal ini berarti bahwa variabel independent dalam Penelitian yang meliputi label halal dan tanggal kadaluarsa dapat menjelaskan sebesar 36,2% terhadap keputusan pembelian, sedangkan 64,8% lainnya dijelaskan oleh factor lain.

Pembahasan

Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil perhitungan yang diperoleh dari label halal (X₁) terhadap keputusan pembelian dihasilkan sebesar 3.975, sehingga hasil perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $3.975 > 1.67591$. artinya H₀ ditolak dan H₁ diterima. Maka hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian diterima. Berdasarkan pengujian terhadap nilai sig sebesar $0.00 < 0.05$ maka H₀ ditolak. Hal ini berarti label halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk

Sidomuncul. Label halal dianggap sebagai tolak ukur utama bagi umat muslim dalam keputusan pembelian dari suatu produk karena sebagai bentuk ketaatan dalam menjalankan syariat agama islam.

Pengaruh Tanggal Kadaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian

Tanggal kadaluarsa (X_2) terhadap keputusan pembelian yang dihasilkan dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2.855 > 1.67591$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka hipotesis terdapat pengaruh yang signifikan tanggal kadaluarsa terhadap keputusan pembelian dapat dikatakan diterima. Dengan melihat sig sebesar $0.06 < 0.05$ maka kesimpulannya H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tanggal kadaluarsa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen lebih melihat tanggal kadaluarsa untuk memastikan produk tersebut masih layak dikonsumsi atau tidak.

V. KESIMPULAN

Dalam penelitian dapat disimpulkan bahwa bahwa label halal secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sidomuncul. Kemudian tanggal kadaluarsa secara parsial juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Sidomuncul. Secara bersama-sama label halal dan juga tanggal kadaluarsa memengaruhi keputusan pembelian produk Sidomuncul.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas berkat serta karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar dan tepat waktu. Serta penulis sampaikan terimakasih kepada pihak yang terlibat dalam penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT membalas perbuatan saudara semua.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., & Sartika, M. (2019). Halal Lifestyle Di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 57–81. <https://doi.org/10.21274/an.2019.5.2.layout>
- Astuti, M. (2020). Pengembangan Produk (Halal Lifestyle) Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal. *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, 1(1), 14–20.
- Bulan, T. P. L. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(1), 431–439.
- Desmayonda, A., & Trenggana, A. F. M. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Di Mujigae Resto Bandung. *Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1–95.
- Firmansyah, M. (2017). Klinik Jamu: Transformasi Industri Farmasi Halal Indonesia. *Kompasiana*. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/firmanmuh/5a0cc96e8325cc40216427e2/klinik-jamu-transformasi-industri-farmasi-halal-indonesia?page=all>
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2006). *Manajemen Bisnis* (8th ed.).
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Munah, L. S. (2016). *MEMPERJUALBELIKAN MAKANAN DAN MINUMAN KEDALUWARSA MENURUT FIQIH MUAMALAH (Studi Kasus di Desa Kumbara Utama Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak)*. UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Prastiwi, Y. N. (2018). *Pengaruh Label Halal dan Citra Merk terhadap Perilaku Pembelian Kosmetik Sari Ayu dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating*. UIN.

- Putri, E. P. S., & Subawa, I. M. (2019). Peran Bpom Provinsi Bali Dalam Meningkatkan Perlindungan Hukum Terkait Penjualan Donat Tanpa Dicantumkannya Tanggal Kadaluarsa. *Kertha Semaya*, 7(4), 1–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/KM.2019.v07.i04.p09>
- Sapta Nirwandar, H. (2015). Halal Lifestyle In Indonesia The Contribution of Islamic Culture and its Impact on the Asian Tourism Market Brunei Darussalam. *UNWTO Seminars The*. Retrieved from http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/best_practice_halal_life_indonesia.pdf
- Setianingrum, C. A. W. (2020). Apa yang Dimaksud Best Before dan Expired Date di Kemasan Produk? *Tirto.Id*. Retrieved from <https://tirto.id/apa-yang-dimaksud-best-before-dan-expired-date-di-kemasan-produk-eui3>
- Sucipta, I. N. (2017). Pengemasan Pangan Kajian Pengemasan Yang Aman, Nyaman, Efektif dan Efisien. *Udayana University Press*, 106.
- Suprpto, D. A., Nurmalina, R., & Fahmi, I. (2014). Determinant Factors of Purchase Decision of Toddler Formula Milk. *Jur. Ilm. Kel. & Kons.*, 7(2 ISSN : 1907-6037), 113–122.
- Syahputra, A., & Hamoraon, H. D. (2013). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan dalam Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 2(8), 475–487.
- Tarmizi, A., & Ulyah, U. (2017). Pengaruh Tanggal Kadaluarsa dan Label Halal pada Kemasan Produk Makanan terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Sungai Terap Muaro Jambi. *INNOVATIO: Journal for Religious Innovation Studies*, 17(1), 45–54. <https://doi.org/10.30631/innovatio.v17i1.15>
- Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 4(1), 39–50.
- Walker, B. L. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Yuswohady. (2015). *Marketing To The Middle Class Muslim*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.