

**PREFERENSI PEMILIK SWALAYAN TERHADAP PENGADAAN PRODUK
MAKANAN BERLABEL HALAL
(Studi Kasus di Kota Banda Aceh)**

Teuku Muhammad Syahrizal*

*Prodi Ekonomi Islam Universitas Syiah Kuala Banda Aceh
tmsyahrizal@unsyiah.ac.id

Abstract

The research aims to know (1) The influence of prices, products, halal and religious labels against the preference of self-service owners on packaged food products and (2) see if the Halal label becomes a major factor or not in influencing preference. This research is a quantitative study. The population of research is a self-service owner in Banda ACEH that has business licenses. The sampling is a self-service owner of Islam and has a business license in the year 2015-2016, from that year net of 16 supermarkets used as sample. Data collection techniques using questionnaires. Analytical techniques use classical assumption tests (test normality, multicollinearity, heteroskedastisity and multiple regression) using SPSS version 20. The results showed: (1) product (X1), Price (X2), halal label (X3) and religious (X4) have a significant influence on the preference of self-service owner. Each variable has a significance value (p) of < 0.05 , where the significance values are X: 0.019, X2:0.017, X3:0.011 and X4:0.037. The factors together indicate significance to the preference with a significance value of 0.000 (sig. 0.000 < 0.05). (2) Halal Label is not a major factor that affects the preference of self-service owner. So the main factor is the product with a value of β : 0.358.

Keywords: *Preference, Halal Label.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh harga, produk, label halal dan religi terhadap preferensi pemilik swalayan terhadap produk makanan kemasan dan (2) melihat apakah label halal menjadi faktor utama atau tidak dalam mempengaruhi preferensi. Penelitian merupakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah pemilik swalayan di kota Banda Aceh yang memiliki izin usaha. Adapun sampel adalah pemilik swalayan beragama Islam dan memiliki izin usaha tahun 2015-2016 dan terjaring 16 swalayan sebagai sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis menggunakan uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan regresi berganda) dengan menggunakan SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan: (1) produk (X1), harga (X2), label halal (X3) dan religi (X4) memberikan pengaruh signifikan terhadap preferensi pemilik swalayan. Setiap variabel memiliki nilai signifikansi (p) $< 0,05$, di mana nilai signifikansi X: 0,019, X2: 0,017, X3: 0,011 dan X4: 0,037. Faktor tersebut bersama-sama menunjukkan signifikansi terhadap preferensi dengan nilai signifikansi 0,000 (sig. 0,000 $< 0,05$). (2) Label halal bukanlah faktor utama yang mempengaruhi preferensi pemilik swalayan. Adapun yang menjadi faktor utamanya adalah produk dengan nilai β : 0,358.

Keyword; *Preferensi, Label Halal.*

A. Pendahuluan

Islam telah menggarisbawahi, bahwa setiap makanan yang dikonsumsi harus berkategori Halal. Dimana seorang muslim diperintahkan oleh Islam untuk makan-makanan yang halal (sah menurut hukum dan diizinkan) dan tidak mengambil yang haram (tidak sah menurut hukum dan terlarang) [1]. Adapun salah satu indikator produk makanan disuatu negara adalah adanya label halal pada produk makanan tersebut termasuk Indonesia yang memiliki Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada produk makanan.

Label halal MUI telah memiliki landasan hukum yang kuat berupa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menyebutkan bahwa pernyataan halal tersebut dicantumkan dalam bentuk label [9]. Selain itu, dalam Peraturan Pemerintah Nomor 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan juga menyebutkan bahwa setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada Label [4].



Gambar 1.1: Logo Halal MUI

Aceh selaku daerah yang memiliki keistimewaan telah membentuk Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) sebagai mitra pemerintah. MPU Aceh juga membentuk Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan Kosmetika, dan Makanan (LP-

POM) untuk melakukan pencegahan terhadap beredarnya produk yang belum terjamin kehalalannya di Aceh. LP-POM MPU Aceh tidak hanya melakukan pencegahan, melainkan menerbitkan sertifikat halal MPU Aceh untuk produk makanan yang telah melakukan uji kehalalan. Oleh karena itu, keberadaan LP-POM MPU Aceh telah memudahkan pelaku usaha untuk melakukan sertifikasi halal terhadap produknya. Dengan adanya sertifikasi halal, pengusaha lokal dapat mencantumkan label halal MPU Aceh sebagai sarana informasi kepada masyarakat bahwa produk yang diproduksi adalah halal untuk dikonsumsi.



Gambar 1.2: Logo Halal MPU Aceh

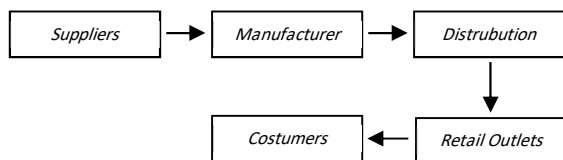
Label halal telah menjadi atribut dan sebagai media informasi penting kepada konsumen untuk memberikan penilaian dan kepercayaan berbagai produk, baik makanan, kosmetik dan lainnya secara lahiriah serta batiniah. Selain itu, beragam produk khususnya produk makanan dalam kemasan membuat konsumen bersifat konsumtif. Hal ini dapat kita lihat dari banyaknya minat konsumen membeli produk yang beranekaragam untuk kebutuhannya. Namun tidak dapat dipungkiri, bahwa masih terdapat beberapa produk makanan kemasan yang tidak mencantumkan label halal. Padahal, kebutuhan hidup manusia harus dalam katagori halal.

Gaya hidup (*life style*) masyarakat saat ini berdampak pada pola masyarakat dalam memilih tempat untuk memenuhi kebutuhan. Perilaku manusia yang dipengaruhi oleh gaya hidup menciptakan aktivitas yang baru.

Kegiatan baru tersebut berefek pada sarana dan prasarana disebuah wilayah semakin meningkat, termasuk yang terjadi pada jual-beli. Misalnya, masyarakat sebagai konsumen yang biasanya melakukan aktivitas jual beli dengan cara tawar menawar secara langsung kini telah berubah. Hal ini menjadikan pusat perbelanjaan yang tidak hanya menyediakan kebutuhan, tapi juga mengutamakan berbagai objek lainnya, seperti kenyamanan, kualitas, harga yang relatif murah dan sebagainya seperti yang terjadi pada bisnis ritel.

Ritel merupakan mata rantai yang penting dalam proses distribusi dan merupakan mata rantai terakhir dalam distribusi. Industri ritel di sini didefinisikan sebagai industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pemakai akhir. Produk yang dijual kebanyakan adalah pemenuhan dari kebutuhan rumah tangga termasuk sembilan bahan pokok [6].

Ritel yang merupakan bagian dari jual beli membutuhkan sebuah sistem suplai (*supply*) atau rantai pengadaan (*Supply Chain Management*) agar barang/jasa hingga sampai kepada konsumen. *Supply Chain Management* merupakan sistem yang digunakan untuk mengatur sebuah rencana dengan matang mulai dari bahan baku hingga barang jadi yang dihasilkan sampai pada konsumen terakhir.



Gambar 1.3:
Diagram Supply Chain Management

Gambar di atas dapat dijelaskan bahwa *Supply Chain* menjadi *logistics network* yang menunjukkan adanya rantai yang panjang dimulai dari *supplier* sampai *costumers*. Agar

barang dari *supplier* sampai ke *costumers* diperlukan bagian-bagian (pemain), sehingga produk tersebut tersebut sampai kepada konsumen. Adapun pemain yang dimaksud berupa [3]:

1. *Suppliers*
Rantai pada *supply chain* merupakan sumber yang menyediakan bahan pertama. Bahan pertama ini bisa dalam bentuk bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, bahan dagangan, *subassemblies*, suku cadang atau barang dagang.
2. *Manufacturer*
Bagian ini merupakan tempat untuk melakukan pekerjaan membuat, membabrikkan, mengasembling, merakit dan sebagainya sehingga menghasilkan sebuah produk.
3. *Distribution*
Barang yang telah diproduksi disalurkan kepada pelanggan dengan jasa distributor yang merupakan pedagang besar dalam jumlah besar.
4. *Rentail Outlets*
Dari pedagang besar, kemudian barang disalurkan ke toko pengencer (*retail outlets*).
5. *Costumers*
Retailers menawarkan barangnya langsung kepada para pelanggan. *Retailers* yang dimaksud disini pasar swalayan, mall, dan sebagainya. Adapun *costumers* dalam konteks ini merupakan mata rantai terakhir yang dilalui dalam *supply chain* sebagai *end-user*.

Dari uraian di atas dapat dianalisa bahwa *retail outlets* berada diposisi yang berinteraksi langsung dengan konsumen. Selain itu, produk yang berada pada *retail outlets* merupakan permintaan *retail outlets* kepada manufaktur sebagai produsen sebuah produk. Apabila pihak ritel meminta produk

yang berlabel halal, maka manufaktur melalui distributor akan menyalurkan produk tersebut ke *retail outlets* dan begitu pula sebaliknya.

Salah satu katagori ritel yang bersentuhan langsung dengan masyarakat adalah Swalayan. Swalayan sendiri termasuk pada katagori ritel secara modern, yaitu toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara enceran [5].

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti berniat untuk melakukan penelitian dengan bertolak pada permasalahan ketika pemilik swalayan memasok barang untuk ditawarkan kepada konsumen. Adapun pertanyaan inti dalam penelitian ini adalah apakah pihak swalayan memperhatikan produk berlabel halal atau tidak ketika memasok barang, dengan mengambil lokasi penelitian di Kota Banda Aceh.

B. Kajian Pustaka

Penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim pada tahun 2016 yang berjudul Pengaruh Labelisasi Halal pada Produk Kemasan terhadap Keputusan Pembeli pada Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Kota Sigli, Pidie menunjukkan bahwa mayoritas responden menjadikan label halal sebagai pertimbangan utama dalam membeli suatu produk. Responden juga sangat setuju lebih memilih produk yang berlabel halal dibandingkan yang tidak berlabel halal yaitu, dan mayoritas responden setuju jika pengetahuan tentang produk menjadi acuan dalam pembelian produk.

Penelitian yang dilakukan oleh Ade Vera Rosidta Zani, Panji Deoranto, dan Mas'ud Effendi yang berjudul Analisis Pengaruh Label Halal dan Aman Produk Pangan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Malang menyimpulkan bahwa sebanyak 22% responden membaca 12 informasi yang terdapat pada kemasan produk pangan dan 80% responden menjawab tidak

akan membeli produk tersebut ketika informasi mengenai produk pangan yang dibutuhkan tidak terdapat pada kemasan. Selain itu, hasil uji analisis regresi berganda menunjukkan bahwa sebesar 43% keputusan pembelian oleh responden dipengaruhi oleh label halal dan label aman produk pangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Tri Widodo yang berjudul Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie menyimpulkan bahwa harga produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Selain itu juga menunjukkan bahwa labelisasi halal dan harga mempunyai hubungan dan secara serentak (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Indomie.

C. Metodologi Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif dengan lokasi penelitian di Kota Banda Aceh dengan objek penelitian pemilik swalayan yang memiliki izin usaha di Kantor Pusat Pelayanan Terpadu Satu Pintu (KPPTSP) Banda Aceh, dengan masa berlaku izin usaha tahun 2015-2016. Dari data yang telah penulis dapatkan, maka terdapat 21 swalayan yang memiliki izin usaha tahun 2015-2016.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *sampling jenuh* bahagian dari teknik *non probability sampling* yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

Penulis membatasi sampel pada swalayan yang dimiliki oleh umat Islam, karena penelitian fokus pada produk halal dalam Islam. Selain itu pembatasan sampel juga melihat pada sisi manajemen yang dijalankan, dimana pemilik swalayan bukanlah pelaku waralaba.

Analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah statistik deskriptif. Statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi [7].

D. Hasil dan Pembahasan

Data yang penulis peroleh dari Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu (KPPTSP) Banda Aceh menyebutkan swalayan yang terdata dan memiliki izin rentang tahun 2015-2016 berkisar pada 21 Swalayan. Dari 21 swalayan tersebut, hanya 16 swalayan yang memenuhi kriteria sampel untuk penelitian ini. Swalayan yang memenuhi kriteria:

Tabel 1
Swalayan yang memenuhi Keriteria untuk Sampel Penelitian

No	Nama Swalayan	Alamat	Masa Berlaku Izin
1.	Tk. Rizki Naufal Swalayan	Jl. T. Iskandar No. 49 D Gp. Lambhuk Kec. Ulee Kareng	10/02/2015
2.	Standar Swalayan	Jl. SM. Saleh No.4-5 Gp. Neusu Aceh Kec. Baiturrahman	25/02/2015
3.	Cut Nun Supermarket	Jl. T. Iskandar Gp. Ceurih Kec. Ulee Kareng	23/05/2015
4.	ZM Toserba	Jl. Hasan Saleh Gp. Neusu Aceh Kec. Baiturrahman	24/06/2015
5.	Putra Jaya	Jl. Pocut Baren No. 61D Gp. Keuramat Kec. Kuta Alam	31/07/2015

6.	Penag Swalayan	Jl. Tentara Pelajar No. 168 Gp. Merduati Kec. Kuta Raja	19/09/2015
7.	Toko Lambaro	Jl. Pemancar No. 33 A Gp. Lamteumen Timur Kec. Jaya Baru	17/10/2015
8.	Toko Harmoni	Jl. T. Nyak Arief No. 356 Gp. Jeulingke Kec. Syiah Kuala	12/12/2015
9.	UD. Mangga Dua	Jl. Diponegoro No. 72 Gp. Baru Kec. Baiturrahman	31/12/2015
10.	Lambhuk Swalayan	Jl. T. Iskandar Gp. Lambhuk Kec. Ulee Kareng	28/02/2016
11.	ZiMa Swalayan	Jl. Tgk. Chik Dipineung Gp. Pineung Kec. Syiah Kuala	30/03/2016
12.	Indah Mart	Jl. T. Nyak Arief No. 333 A-333 B Gp. Jeulingke Kec. Syiah Kuala	30/04/2016
13.	Ulee Kareng Swalayan	Jl. T. Iskandar Gp. Lamglumpang Kec. Ulee Kareng	30/06/2016
14.	Tabina Swalayan	Jl. Pocut Baren No. 98 Gp. Keuramat Kec. Kuta Alam	13/10/2016
15.	Marsya Swalayan	Jl. Tgk. Imum Lueng Bata Gp. Lamseupeung Kec. Lueng Bata	15/11/2016
16.	Queen Mart	Jl. Khairil Anwar No. 21 Gp. Peunayong Kec. Kuta Alam	28/11/2016

Adapun 5 swalayan yang tidak memenuhi kriteria dikarenakan usaha telah tutup sebelum penelitian dilakukan, pemilik

nonmuslim, usaha waralaba dan beralih jenis usaha dari swalayan menjadi usaha yang menjual pernak-pernik atau asesoris.

a. Demografi Responden

Demografi terhadap 16 responden meliputi jenis kelamin, pendidikan dan pernah belajar agama.

Tabel 2

Profil Responden Pemilik Swalayan

Profil Responden	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin		
- Laki-laki	7	43,7
- Perempuan	9	56,3
Total	16	100,0
Pendidikan		
- SMP / sederajat	-	0
- SMA / Sederajat	5	31,3
- Diploma	2	12,5
- Sarjana	9	56,2
- Magister (S2)	-	0
- Doktoral (S3)	-	0
Total	16	100,0
Pernah Belajar Agama		
- Pesantren	5	31,3
- Buku	2	12,5
- Sekolah	7	43,7
- Lain-lain	2	12,5
Total	16	100,0

Dari tabel di terlihat bahwa menunjukkan bahwa terdapat 7 (43,8%) pemilik di wilayah Banda Aceh berjenis kelamin laki-laki dan sisanya 9 (56,3%) berjenis kelamin perempuan. Selain itu, dari 16 responden terdapat 9 (56,3%) orang mengenyam pendidikan hingga Sarjana (S1), 5 (31,3%) SMA / sederajat, dan 2 (12,5%) diploma. Adapun responden tidak ada yang memiliki pendidikan hingga SMP / sederajat, Magister (S2) dan pendidikan Doktoral (S3).

Pada tabel di atas juga terlihat bahwa 5 (31,3%) belajar agama di pesantren, 2

(12,5%) responden pernah belajar agama melalui buku, 7 (43,8%) responden belajar agama di sekolah dan 2 (12,5%) belajar agama selain dari pesantren, sekolah dan buku.

b. Pengkategorian Data

Pertanyaan pada setiap variabel menggunakan skala 5, yaitu 1 sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 netral, 4 setuju dan 5 sangat setuju. Sementara pengkategorian tingkat pengujian nilai skor mean, yaitu skor mean antara 1.00 sampai 2.60 adalah dianggap rendah. Skor mean antara 2.61 sampai 4.20 dianggap sederhana dan skor mean 4.21 sampai 6.00 dianggap tinggi [8].

Tabel 3

Tabel Kategori

No	Skor Mean	Interpretasi
1	1.00 - 2.60	Rendah
2	2.61 - 4.20	Sederhana/sedang
3	4.21 - 6.00	Tinggi

Adapun pertanyaan dan frekuensi setiap variabel sebagai berikut:

Tabel 4
Mean dari setiap Pertanyaan

Pertanyaan Setiap Variabel (X)		Mean pertanyaan	Mean Variabel
Produk (X1)			
X1.1	Anda menjual produk makanan bermerek yang telah dikenal luas oleh masyarakat dan kualitasnya baik	4,13	4,08
X1.2	Tetap mempertahankan kualitas produk walau harga mahal	3,88	
X1.3	Produk dengan kualitas baik banyak dicari oleh konsumen.	4,25	
Harga (X2)			
X2.1	Anda menjual produk dengan harga yang lebih murah daripada Swalayan lain	3,75	4,08
X2.2	Tetap mempertahankan harga murah walau kualitas produk rendah	3,88	
X2.3	Produk dengan harga murah banyak dicari oleh konsumen.	4,13	
Label Halal (X3)			
X3.1	Anda memperhatikan label halal pada setiap produk makanan yang saya jual.	4,25	3,92
X3.2	Label halal salah satu syarat ketika Anda memasok produk makanan untuk di jual	4,38	

X3.3	Anda memperhatikan label halal karena tidak semua produk makanan dalam katagori halal	4,31	
X3.4	Anda meyakini bahwa produk makanan kemasan yang bereda di Aceh khususnya di Banda Aceh telah halal walau tidak memiliki label halal	3,75	
X3.5	Bagi Anda, label halal tidak menjamin produk makanan tersebut halal.	4,13	
Religi (X4)			
X4.1	Islam mewajibkan umatnya untuk mengkonsumsi makanan halal	4,56	4,50
X4.2	Anda melakukan jual beli untuk mendapatkan ridha Allah SWT (ibadah)	4,44	
X4.3	Menyediakan produk halal merupakan tanggungjawab saya kepada Allah	4,50	
X4.4	Menyediakan produk halal kewajiban saya kepada konsumen	4,63	
X4.5	Anda lebih memilih produk berlabel halal daripada produk bermerek atau produk dengan harga murah	4,50	

X4.6	Menyediakan produk halal lebih utama dari pada keuntungan yang akan Anda dapatkan	4,56	
Pertanyaan Dependen (Y)			
Y1	Apakah kualitas produk menjadi pertimbangan utama Anda saat menjual suatu produk	4,06	4,30
Y2	Label halal menjadi pertimbangan utama Anda saat menjual suatu produk	4,50	
Y3	Harga barang turut mempengaruhi penjualan Produk	4,19	
Y4	Lebih memilih produk yang berlabel halal dibandingkan yang tidak berlabel halal	4,44	

Berdasarkan tabel 3.8 dan 3.9 dapat disimpulkan bahwa:

1) Variabel X1 (Produk)

Pemilik swalayan di wilayah Banda Aceh dominan setuju untuk menjual produk makanan bermerek dan telah dikenal luas oleh masyarakat serta memiliki kualitas baik (50%) dengan mean 4,13. Responden juga mayoritas setuju mempertahankan kualitas produk walau harga mahal (75%) dengan mean 3,88. Walau demikian, terdapat 18,8% yang berada pada posisi netral untuk mempertahankan kualitas produk dengan harga mahal. Ketika dihadapkan dengan pertanyaan produk dengan kualitas baik banyak dicari oleh konsumen, responden tetap

setuju (50%) dan sangat setuju (37,5%). Hanya 12,5% yang memilih kurang setuju dengan pernyataan ini. Adapun mean dari pertanyaan ini adalah 4,25. Mean dari keseluruhan pertanyaan dari variable ini berkategori sedang dengan mean 4,08.

2) Variabel X2 (Harga)

Distribusi jawaban dari responden terfokus pada 3 pilihan, yaitu netral, setuju dan sangat setuju. Responden yang memilih netral sebanyak 7 orang (43,8%), 6 responden (37,5%) menjawab setuju dan hanya 3 orang (18,8%) yang menjawab sangat setuju dengan mean dari pertanyaan ini adalah 3,75. Variasinya jawaban juga terjadi saat responden dihadapkan pada pertanyaan X2.2, dimana 6,2% mengatakan tidak setuju, 25% netral, 43,8% setuju, dan 25% sangat setuju (mean 3,87). Adapun pertanyaan berkaitan produk dengan harga murah banyak dicari oleh konsumen juga mengalami variasi jawaban, yakni responden menjawab tidak setuju sebanyak 6,2%, netral 12,5%, setuju 43,8% dan sangat setuju 37,5% dengan mean 4,12. Adapun untuk keseluruhan pertanyaan dari variable harga berkategori sedang dengan mean 4,08.

3) Variabel X3 (Label Halal)

Pada variabel ini, dominan responden memperhatikan label halal pada saat mereka menjual produk makanan (mean 4,25) dan menjadikan label halal sebagai salah satu syarat bagi produk yang akan di jual (mean 4,37). Sebanyak 11 responden menyatakan untuk memperhatikan label halal pada produk makanan karena tidak semua produk dalam katagori halal (mean 4,31). Selain itu terdapat 6 responden menjawab setuju dan sangat setuju bahwa label halal tidak menjamin kehalalan suatu produk (mean 4,13). Responden juga menjawab setuju ketika dihadapkan dengan pertanyaan apakah produk

makanan kemasan yang beredar di Aceh khususnya di Banda Aceh telah halal walau tidak memiliki label halal yakni dengan mean 3,75. Akan tetapi, terdapat 5 responden yang menjawab netral dengan pertanyaan tersebut.

Dari variable X3 dapat disimpulkan bahwa responden tetap memperhatikan label halal terhadap produk makanan yang dijual kepada konsumen, walau sebagian meyakini label halal tidak menjamin produk tersebut halal. Untuk keseluruhan pertanyaan dari variable ini maka faktor label halal berkategori sedang dengan mean 3,92 dan tergolong sedang.

4) Variabel X4

Jawaban dari setiap pertanyaan memperlihatkan hasil yang dominan, dimana responden meyakini bahwa Islam mewajibkan mengkonsumsi makanan halal (62,5% sangat setuju, 31,3% setuju), jual beli dilakukan untuk mendapatkan ridha Allah SWT (43,8% sangat setuju, 56,3% setuju), menyediakan produk halal merupakan tanggungjawab kepada Allah (50% sangat setuju, 50% setuju), dan menyediakan produk halal kewajiban kepada konsumen (62,5% sangat setuju, 37,5% setuju). Para responden juga menjawab bahwa produk halal adalah prioritas utama daripada produk bermerek atau produk dengan harga murah (50% sangat setuju dan 50% setuju) dan menyediakan produk halal lebih utama dari pada keuntungan yang diperoleh (50% sangat setuju, 50% setuju).

Dari variable X4 penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa pemahaman agama (religi) khususnya berkaitan dengan konsumsi dalam Islam berkategori tinggi dengan mean keseluruhan pada variabel ini adalah 4,50.

5) Variabel Y

Pada variabel ini, dari 4 pertanyaan yang diajukan kepada responden melalui angket yang telah disebar, responden dominan menjawab setuju dan sangat setuju, baik berkaitan dengan mengutamakan produk (43,8% setuju, 31,3% sangat setuju, netral 25% dan mean 4,06) dan label halal menjadi pertimbangan utama saat menjual suatu produk (50% sangat setuju, 50% setuju dan mean 4,50). Sedangkan harga turut mempengaruhi penjualan produk juga dominan responden menjawab sangat setuju (18,8%) dan setuju (81,3%) dengan mean 4,19. Adapun pertanyaan keempat berkaitan produk dengan label halal lebih dipilih daripada produk tidak berlabel halal responden menjawab 56,3% sangat setuju dan 31,3% setuju, dan 12,5 netral dengan mean 4,44.

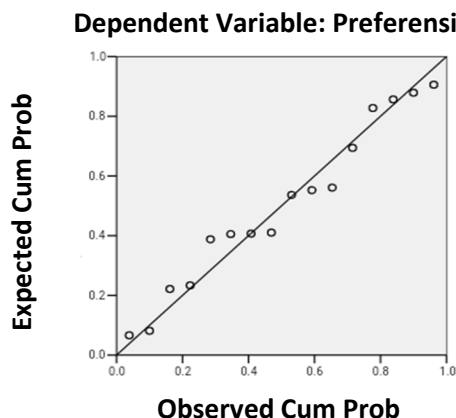
Dari variable Y dapat disimpulkan bahwa produk, harga, dan label halal sama-sama menjadi pertimbangan responden saat menawarkan barang yang akan dijual kepada konsumen dengan mean keseluruhan pada variabel ini adalah 4,30 dan tergolong tinggi. Akan tetapi dari keempat pertanyaan yang diajukan, pertanyaan Y2 mendapat mean tertinggi yakni 4,50.

Analisis Data

a. Uji Normalitas

Adapun uji normalitas dari data 16 responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

Grafik 1
Analisis Grafis Uji Normalitas
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Data yang ditampilkan dalam bentuk grafik di atas dapat disimpulkan bahwa garis *p-p plot* mendekati garis diagonal. Ini juga menandakan bahwa data akan semakin berdistribusi normal.

Untuk memastikan data terdistribusi secara normal, maka perlu pula diuji secara statistik (*analisis statistik*). Dimana normalitas data dilihat dari nilai residual berdasarkan *kolmogrov-smirnov* dengan pedoman data dikatakan normal jika nilai *p-value* pada kolom *Asymp.sig. (2-tailed) > level of significant (α) > 0.05*.

Tabel 5
Tabel Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		16
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,13875083
Most Extreme Differences	Absolute	,120
	Positive	,116
	Negative	-,120
Kolmogorov-Smirnov Z		,479
Asymp. Sig. (2-tailed)		,976

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari pada 0,05 ($0,976 > 0,05$) yang berarti data penelitian terdistribusi normal. Hasil analisis statistik ini pula sesuai dengan analisis grafis.

b. Uji Multikolinearitas
 Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 6
Uji Multikolinearitas

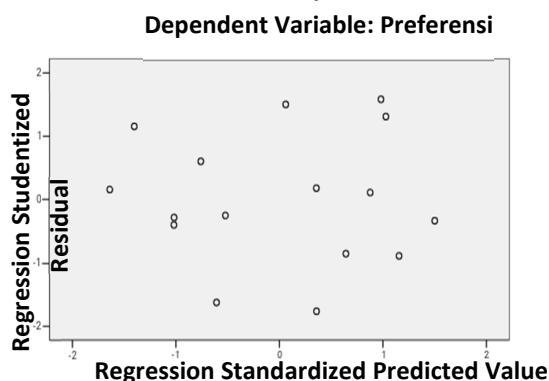
Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error					
1	(Constant)	-1,312	,509		-2,576	,026		
	Produk	,354	,129	,358	2,739	,019	,382	2,616
	Harga	,192	,068	,277	2,818	,017	,677	1,478
	Label Halal	,352	,116	,313	3,038	,011	,615	1,626
	Religi	,422	,178	,329	2,377	,037	,341	2,935

a. Dependent Variable: Preferensi

Tabel di atas menunjukkan tidak ada variable independen (produk, harga, label halal dan religi) yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,10 yang menandakan tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilai lebih dari 95%. Hasil perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama, yaitu tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas
 Hasil uji heteroskedastisitas dengan cara grafik plot pada penelitian ini sebagai berikut:

Grafik 2
Analisis Grafis Uji Heteroskedastisitas
Scatterplot



Dari grafik scatterplots di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka

0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Regresi Berganda

Uji regresi berganda merupakan metode analisis digunakan untuk mengukur pengaruh antar dua variabel atau lebih yang saling berhubungan. Pengukuran tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik berupa uji *t-test*, uji *F-test* dan uji determinasi (R^2). Hasil dari pengujian ini adalah:

Tabel 7
Tabel Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,312	,509		-2,576	,026		
	Produk	,354	,129	,358	2,739	,019	,382	2,616
	Harga	,192	,068	,277	2,818	,017	,677	1,478
	Label Halal	,352	,116	,313	3,038	,011	,615	1,626
	Religi	,422	,178	,329	2,377	,037	,341	2,935

a. Dependent Variable: Preferensi

Berdasarkan tabel di atas maka:

1. Uji Parsial (Uji *t*)

Uji *t* merupakan pengujian untuk menunjukkan pengaruh secara individual variabel bebas terhadap variabel terikat. Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu:

- Ha diterima jika nilai *p-value* pada kolom *sig.* < *level of significant* (α) 5%.
- Ho diterima jika nilai *p-value* pada kolom *sig.* > *level of significant* (α) 5%.

Berikut uji *t* yang telah penulis lakukan kepada masing-masing variabel dalam penelitian ini:

a) Variabel produk (X1)

Perhitungan parsial menunjukkan bahwa faktor produk (X1) memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,354. Pada taraf signifikansi 5%, maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi X1 sebesar 0,019 atau koefisien regresi signifikansi (p) < 0,05 yang berarti Ha diterima dan Ho ditolak. Hasil ini menyimpulkan bahwa variabel produk

berpengaruh signifikan terhadap pemilik swalayan di wilayah Banda Aceh pada saat melakukan pengadaan produk makanan kemasan yang akan ditawarkan kepada konsumen.

b) Variabel harga (X2)

Pada variabel harga atau X2 memperlihatkan bahwa nilai signifikansi X2 sebesar 0,017 atau koefisien regresi signifikan (p) < 0,05 maka Ha diterima dan Ho ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap pemilik swalayan di wilayah Banda Aceh pada saat melakukan pengadaan produk makanan kemasan yang akan ditawarkan kepada konsumen.

c) Variabel label halal (X3)

Pada variabel label halal atau X3 menunjukkan bahwa nilai signifikansi X3 sebesar 0,011 atau koefisien regresi signifikan (p) < 0,05 maka Ha diterima dan Ho ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel label halal berpengaruh signifikan terhadap pemilik swalayan di wilayah Banda Aceh pada saat melakukan pengadaan produk makanan kemasan yang akan ditawarkan kepada konsumen.

d) Variabel religi (X4)

Pada variabel religi atau X4 menunjukkan bahwa nilai signifikansi X4 sebesar 0,037 atau koefisien regresi signifikan (p) < 0,05 maka Ha diterima dan Ho ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel religi pemilik swalayan juga berpengaruh signifikan terhadap mereka pada saat melakukan pengadaan produk makanan kemasan yang akan ditawarkan kepada konsumen.

Hasil pengujian secara parsial atau uji *t* di atas dapat disimpulkan bahwa keempat variabel (produk, harga, label halal dan religi) memberikan pengaruh signifikan terhadap pemilik swalayan.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu produk, harga, label halal dan religi secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu preferensi pemilik swalayan terhadap produk makanan yang dijual. Dalam uji simultan ini berpedoman pada:

- H_a diterima jika nilai p -value pada kolom $sig. < level\ of\ sigresinificant\ (\alpha)\ 5\%$.
- H_o diterima jika nilai p -value pada kolom $sig. > level\ of\ significant\ (\alpha)\ 5\%$.

Berdasarkan perhitungan secara simultan pengaruh produk, harga, label halal dan religi terhadap preferensi pemilik swalayan terhadap produk makanan yang diperjual belikan di usahanya, pada taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 ($sig. 0,000 < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa faktor-faktor independen (produk, harga, label halal dan religi) mempunyai pengaruh yang signifikan pada saat pemilik swalayan melakukan pengadaan produk makanan untuk ditawarkan kepada konsumen.

Tabel 8
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,739	4	,935	35,602	,000 ^a
	Residual	,289	11	,026		
	Total	4,027	15			

a. Predictors: (Constant), Religi, Harga, Label Halal, Produk

b. Dependent Variable: Preferensi

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan berapa besar persentase variabel bebas (produk, harga, label halal dan religi) secara bersama-sama menerangkan variansi variabel terikat (preferensi pemilik swalayan) dengan syarat hasil uji F dalam

analisis regresi bernilai signifikan. Adapun nilai uji F dalam penelitian ini telah memenuhi syarat, yakni F_{hitung} sebesar 35,602 dengan signifikansi F sebesar 0,000 ($sig. 0,000 < 0,05$). Adapun uji determinasi (R^2) pada penelitian ini adalah:

Tabel 9
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,963 ^a	,928	,902	,16203

Dari output model summary di atas dapat kita ketahui nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,928 atau sama dengan 92,8%. Besaran angka ini mengandung makna bahwa 92,8% pemilik swalayan dipengaruhi oleh produk, harga, label halal dan religi pada saat memasok produk makanan, sisanya 7,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

Pengaruh Produk, Harga, Label Halal dan Religi terhadap Preferensi Pemilik Swalayan

Hasil hitungan parsial terhadap variabel bebas berupa produk, harga, label halal dan religi menunjukkan pengaruh secara signifikan dimana nilai signifikansi setiap variabel (p) $< 0,05$. Akan tetapi, setiap variabel memberikan pengaruh yang berbeda terhadap preferensi. Perbedaan ini ditunjukkan oleh nilai beta (β) pada uji parsial (uji t).

Tabel 10
Pengaruh Setiap Variabel terhadap Preferensi

Variabel	β	p -value	α	Keterangan
Produk	0,358	0,026	0,05	Signifikan
Harga	0,277	0,017	0,05	Signifikan
Label Halal	0,313	0,011	0,05	Signifikan
Religi	0,329	0,037	0,05	Signifikan

Tabel di atas memperlihatkan besaran nilai β yang bervariasi. Nilai β tersebut menunjukkan seberapa besar pengaruh dari setiap variabel. Berikut uraian dari pengaruh setiap variabel terhadap preferensi pemilik swalayan:

1. Pengaruh Produk terhadap Preferensi Pemilik Swalayan

Hasil analisis regresi pada tabel di atas menunjukkan bahwa produk memberikan pengaruh signifikan terhadap preferensi dengan nilai $p\text{-value} < (\alpha) 5\%$ atau $0,026 < 0,05$. Nilai β pada produk berada pada angka paling tinggi diantara variabel lain yaitu $0,358$, dengan kata lain variabel produk memberikan pengaruh paling besar terhadap preferensi pemilik swalayan. Dalam penelitian ini, pemilik swalayan membaca selera konsumen terhadap pemilihan produk yang dijual. Produk yang dijual atau ditawarkan kepada konsumen cenderung pada produk bermerek dan dikenal luas, kualitas baik dan produk yang banyak dicari oleh masyarakat.

2. Pengaruh Religi terhadap Preferensi Pemilik Swalayan

Berdasarkan hasil analisis regresi, variabel religi menunjukkan kesignifikansi-nya terhadap preferensi dengan nilai $p\text{-value} < (\alpha) 5\%$ atau $0,037, 0,05$. Nilai β pada produk berapa pada urutan kedua tertinggi setelah produk dengan nilai $0,329$. Religi dalam penelitian ini lebih melihat pada pemahaman pemilik swalayan terhadap konsumsi dalam Islam.

3. Pengaruh Label Halal terhadap Preferensi Pemilik Swalayan

Hasil analisis regresi pada variabel label halal menunjukkan pengaruh signifikan terhadap preferensi pemilik swalayan dengan nilai $p\text{-value} < (\alpha) 5\%$ atau $0,011 < 0,05$. Nilai

β pada label halal berada pada urutan ketiga setelah produk dan religi dengan nilai $0,313$. Label halal pada produk makanan kemasan yang dijual oleh pemilik swalayan berperan sebagai media informasi kehalalan produk tersebut dan memberikan rasa aman kepada masyarakat khususnya beragama Islam agar tidak mengkonsumsi makanan yang tidak halal (haram). Label halal pada produk termasuk salah satu pertimbangan bagi pemilik swalayan saat melakukan pengadaan produk makanan. Akan tetapi, terdapat pemahaman bahwa produk makanan yang berada di Aceh khususnya di Banda Aceh telah halal walau tidak terdapat label halal pada produk makanan. Oleh karenanya, walau label halal berpengaruh positif terhadap preferensi pemilik swalayan, namun pengaruh tersebut berada pada urutan ketiga.

4. Pengaruh Harga terhadap Preferensi Pemilik Swalayan

Hasil analisis regresi pada tabel juga menunjukkan bahwa harga memberikan pengaruh signifikan terhadap preferensi dengan nilai $p\text{-value} < (\alpha) 5\%$ atau $0,017 < 0,05$. Harga merupakan suatu variabel yang dapat dikendalikan dan menentukan nilai suatu produk dapat diterima atau tidak oleh konsumen. Nilai β pada produk berada pada angka paling rendah diantara variabel lain yaitu $0,277$. Dalam penelitian ini, pemilik swalayan tidak terlalu memperhatikan harga murah dari suatu produk yang ditawarkan ke konsumen, melainkan produk yang berkualitas, bermerk, dan telah dikenal luas oleh masyarakat menjadi pertimbangan utama.

E. KESIMPULAN

Dari uraian hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang terdapat pada variabel independen, yakni

produk, harga, label halal dan religi memberikan pengaruh signifikan terhadap preferensi pemilik swalayan. Akan tetapi memberikan tingkat pengaruh yang berbeda. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa faktor produk yang menjadi pengaruh utama atau dominan dalam mempengaruhi preferensi pemilik swalayan di Kota Banda Aceh.

Besaran nilai koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini yaitu 0,928 yang berarti bahwa 92,8% pemilik preferensi pemilik swalayan dipengaruhi oleh produk, harga, label halal dan religi, sedangkan sisanya 7,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Chaudhy, Muhammad Sharif (terj. Suherman Rosyidi), *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar (Fundamental of Islamic Economic System)*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu (KPPTP) Banda Aceh
- Probowati, Anna, *Strategi Pemilihan Supplier dalam Supply Chain Managemen pada Bisnis Ritel*, Segmen Jurnal Manajemen dan Bisnis, No. 1, Januari 2011.
- Peraturan Pemerintah Nomor 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan
- Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
- Soliha, Euis, *Analisis Industri Ritel di Indonesia*, Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), Hal. 128 - 142 Vol. 15, No.2 ISSN: 1412-31, 26 September 2008.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Umar, Husein, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005).
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen