

ANALISIS PERBANDINGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM KOTA JAMBI TERHADAP BUMBU INSTAN BERLABEL HALAL DAN BUMBU GILING

Indit Aprilia¹, Nurida Isnaeni², Aditya Pratama³

^{1,2,3}Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

¹inditaprilia7@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze and compare the purchasing decisions of Muslim consumers in Jambi City regarding halal-labeled instant spices and freshly ground spices, as well as to identify differences in the considerations underlying the selection of these two types of products. This study employed a qualitative method with a descriptive approach. Data were obtained through in-depth interviews, observation, and documentation involving 15 informants selected using purposive sampling, and were analyzed using the Miles and Huberman model. The results showed that 9 informants chose halal-labeled instant spices, while 6 informants chose freshly ground spices. Consumers' purchasing decisions involved five stages: problem recognition, information search, evaluation of alternatives, purchase decision, and post-purchase behavior. The considerations included trust in product halalness, product quality, price and value for money, brand image and reputation of producers or sellers, as well as emotional and social value factors. Although there were differences in the considerations between consumers of instant spices and freshly ground spices, product quality was found to be the most dominant factor, selected by 10 out of 15 informants.

Keywords: purchasing decision, Muslim consumers, instant spices, freshly ground spices, product quality.

Article history

Received: September 2026

Reviewed: September 2026

Published: September 2026

Plagirism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan keputusan pembelian konsumen Muslim Kota Jambi terhadap bumbu instan berlabel halal dan bumbu giling serta mengetahui perbedaan pertimbangan dalam memilih kedua jenis produk tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap 15 informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 9 informan memilih bumbu instan berlabel halal, sedangkan 6 informan memilih bumbu giling. Keputusan pembelian konsumen melalui tahapan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Pertimbangan konsumen meliputi kepercayaan terhadap kehalalan produk, kualitas produk, harga dan value for money, citra merek dan reputasi produsen atau penjual, serta faktor emosional dan nilai sosial. Meskipun terdapat perbedaan pertimbangan antara konsumen bumbu instan dan bumbu giling, kualitas produk menjadi faktor yang paling dominan, yaitu dipilih oleh 10 dari 15 informan.

Kata kunci: keputusan pembelian, konsumen Muslim, bumbu instan, bumbu giling, kualitas produk.

PENDAHULUAN

Sektor pertanian tetap menjadi bidang yang menarik untuk dikembangkan sebagai usaha bisnis. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa sebagian besar komoditas pertanian merupakan barang konsumsi harian masyarakat, sehingga permintaan pasar terhadap hasil bumi tersebut sangat tinggi. Salah satunya adalah rempah-rempah atau bumbu dapur. Bumbu dapur merupakan kebutuhan pokok harian di setiap rumah tangga, sementara pelaku usaha kuliner juga membutuhkannya untuk menghasilkan hidangan yang lezat dan istimewa. Tanpa bumbu ini mustahil tercipta citra rasa yang menggugah selera pada makanan.

Bumbu dapur mampu mengubah aroma, rasa, serta warna makanan. Kehadirannya menjadikan hidangan tidak hanya memiliki tekstur visual yang menarik, tetapi juga rasa yang lezat dan aroma yang menggoda. Oleh karena itu, permintaan terhadap bumbu dapur sangat tinggi dan langsung secara konsisten setiap hari [1]. Masyarakat dihadapkan pada beragam pilihan produk bumbu masakan. Perubahan gaya hidup yang semakin praktis dan dinamis telah mendorong kemunculan bumbu instan sebagai alternatif dari bumbu tradisional. Bumbu instan dipandang lebih efisien karena kemudahan penggunaannya, penghematan waktu, serta konsistensi takaran dan rasa yang relatif stabil. Hal ini membuat bumbu instan semakin diminati terutama oleh masyarakat perkotaan.

Disisi lain, bumbu giling tetap diminati oleh masyarakat. Bumbu ini lebih segar karena terbuat dari rempah-rempah alami yang digiling segar oleh pedagang. Selain itu, bumbu giling memiliki rasa autentik yang sesuai dengan selera lokal. Pasar tradisional sebagai pusat ekonomi masyarakat turut mempertahankan keberadaan bumbu giling hingga saat ini. Namun demikian,

bumbu giling juga memiliki beberapa kelemahan, seperti kualitas yang dapat menurun apabila di simpan terlalu lama serta adanya kemungkinan penambahan bahan tertentu untuk memperpanjang daya simpan. Oleh karena itu konsumen perlu memperhatikan kualitas bumbu sebelum membelinya [2].

Bagi konsumen muslim, pemilihan produk makanan tidak hanya bergantung pada rasa, harga, dan kepraktisan melainkan juga pada status kehalalannya. Islam mewajibkan umatnya mengonsumsi makanan yang halal dan thayyib. Dengan demikian, kejelasan sertifikat halal menjadi faktor krusial dan sensitif yang mempengaruhi keputusan pembelian sehari-hari konsumen Muslim. Bumbu instan yang beredar di pasaran umumnya telah dilengkapi label halal dari lembaga resmi. Label ini menjamin konsumen Muslim bahwa produk aman dan sesuai syariat Islam. Selain itu, label halal meningkatkan kepercayaan konsumen serta mempengaruhi keputusan pembelian khususnya bagi mereka dengan kesadaran halal tinggi. Label pada produk pangan memegang peran krusial yang wajib diperhatikan. Keberadaan label halal memungkinkan konsumen Muslim untuk memastikan produk mana yang boleh dikonsumsi [3].

Berbeda dengan bumbu instan, bumbu giling jarang memiliki sertifikat atau label halal. Meskipun berbahan rempah alami, proses pengolahan, kebersihan alat, dan potensi terkontaminasi sering kali tidak diketahui secara pasti oleh konsumen. Namun salah satu faktor pendorong permintaan bumbu giling adalah ketidakmampuan sebagian masyarakat untuk membuat bumbu masakan sesuai kebutuhan makanan yang diinginkan. Selain itu, banyak pelaku usaha kuliner yang terbatas waktunya untuk mengelola bumbu dari awal. Konsumen cenderung memilih bumbu masakan siap pakai karena kemudahan dan kepraktisan penggunaannya [1].

Banyak masyarakat lebih memilih membeli bumbu giling, seperti cabai, bawang, kunyit, dan rempah lainnya. Umumnya, bumbu ini diproduksi oleh industri rumahan tanpa pengemasan higienis, sehingga kualitasnya sering dipertanyakan. Sebagian besar konsumen tidak memikirkan kemungkinan kontaminasi mikroorganisme pada bumbu tersebut. Meskipun bahan yang digunakan umumnya berasal dari bahan nabati, proses pengolahan, penggilingan, penyimpanan, hingga peralatan yang digunakan tetap perlu diperhatikan untuk memastikan kualitas, kebersihan, dan keamanan produk karena bumbu giling rentan terhadap kontaminasi mikroba apabila proses pengolahannya tidak higienis [4].

Hal ini berkaitan dengan prinsip halal dan thayyib yang saling melengkapi serta sama pentingnya dalam kehidupan umat muslim. Halal menjamin kesesuaian makanan dengan hukum islam, sedangkan thayyib memastikan bahwa makanan tersebut baik untuk kesehatan, diproduksi secara etis, dan higienis. Untuk mewujudkan hal tersebut umat muslim cenderung memperhatikan sertifikat halal pada label produk serta memilih barang dari produsen yang terpercaya [5].

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Tahun 2024, Kota Jambi merupakan wilayah dengan jumlah penduduk beragama Islam paling banyak dibandingkan kabupaten atau kota lainnya di Provinsi Jambi. Kondisi ini menjadikan Kota Jambi sebagai lokasi yang tepat untuk meneliti perilaku dan keputusan pembelian konsumen Muslim khususnya dalam memilih produk pangan. Sebagai ibu Provinsi, Kota Jambi juga memiliki aktivitas perdagangan yang cukup tinggi. Hal tersebut menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan dalam membeli bumbu masakan, mulai dari bumbu instan yang telah memiliki label halal hingga bumbu giling yang umumnya dijual belum memiliki sertifikat halal.

Perbedaan pilihan tersebut mendorong adanya berbagai pertimbangan bagi konsumen muslim dalam mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu Kota Jambi dipilih sebagai lokasi penelitian karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis dan membandingkan keputusan pembelian konsumen muslim. Tingginya jumlah penduduk muslim serta aktivitas konsumsi masyarakat Kota Jambi turut mempengaruhi tingkat kebutuhan

terhadap bumbu masakan sebagai bahan pangan sehari-hari. Hal ini tercermin dari data rata-rata konsumsi bumbu masakan di Kota Jambi yang menunjukkan kecenderungan penggunaan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Seperti terlihat pada Tabel 1.2, tabel konsumsi bumbu masakan di Kota Jambi pada periode 2021-2025 menunjukkan adanya dinamika konsumsi masyarakat yang menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Tabel 1. 1 Rata-rata konsumsi per kapita seminggu menurut kelompok bumbu-bumbuan dalam satuan komoditas (Gram) periode 2021-2025

Kota Jambi	Tahun				
	2021	2022	2023	2024	2025
Bumbu dapur lainnya (kencur, pala, kapulaga, dsb)	15,337	2,574	1,067	4,880	8,443
Bumbu masakan jadi/ kemasan, bumbu racikan	5,699	5,226	3,773	5,919	6,207

Sumber [6] *Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Maret Modul Konsumsi dan Pengeluaran*

Data tersebut menunjukkan bahwa pola konsumsi masyarakat Kota Jambi terhadap jenis bumbu masakan mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Fluktuasi pada bumbu dapur segar/rempah alami mengindikasikan adanya perubahan preferensi atau faktor tertentu yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Disisi lain konsumsi bumbu masakan jadi/kemasan yang relatif stabil dan cenderung meningkat menunjukkan adanya kecenderungan masyarakat terhadap produk yang lebih praktis. Hal ini menegaskan bahwa bumbu masakan tetap menjadi kebutuhan pokok dalam pola konsumsi masyarakat Kota Jambi. Tingginya konsumsi bumbu masakan di Kota Jambi menunjukkan bahwa keputusan pembelian terhadap produk bumbu dilakukan secara rutin dan berkelanjutan oleh konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keputusan Pembelian Konsumen

Menurut Kotler & Armstrong (2008) dalam [7], keputusan pembelian adalah tindakan memilih dan membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang tersedia. Namun, terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi antara niat untuk membeli dan keputusan akhir, yaitu sikap orang lain serta kondisi situasional. Secara keseluruhan, keputusan pembelian merupakan suatu proses yang dimulai dari pengenalan masalah, dilanjutkan dengan pencarian informasi, evaluasi berbagai alternatif, pengambilan keputusan pembelian, hingga tahap pasca-pembelian yang mencerminkan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk tersebut [8].

Menurut Kotler & Armstrong (2008) dalam [9], proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahapan antara lain:

1. Pengenalan Kebutuhan
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Keputusan Pembelian
5. Perilaku Pasca Pembelian

Faktor-faktor pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap produk halal antara lain [10]:

1. Kepercayaan terhadap kehalalan produk
2. Kualitas Produk
3. Harga dan Value for Money
4. Citra Merek dan Reputasi Produsen
5. Faktor Emosional dan Nilai Sosial

Teori Perilaku Konsumen

Menurut Tjiptono (2019), perilaku konsumen adalah serangkaian aktivitas mental dan fisik yang dilakukan oleh konsumen akhir maupun pelanggan bisnis dalam menghasilkan keputusan untuk membayar, membeli, dan menggunakan suatu produk atau jasa [11]. Sementara itu menurut Kotler dan Keller (2016), perilaku konsumen merupakan kajian mengenai bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, hingga membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka [12].

Label Halal

Label halal diperoleh setelah mendapatkan sertifikat halal. Sertifikat halal merupakan syarat untuk mendapatkan pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang [13]. Pelaku usaha diwajibkan memenuhi sejumlah persyaratan serta melalui berbagai prosedur yang telah ditetapkan oleh MUI untuk memperoleh sertifikat halal. Keberadaan sertifikat halal ini memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumen dalam mengonsumsi produk, karena produk yang di pasarkan tidak lagi menimbulkan keraguan terkait kehalalannya.

Teori Perilaku Konsumsi Muslim

Dalam perspektif ekonomi islam, perilaku konsumsi didasarkan pada beberapa prinsip, yaitu keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, serta moralitas. Bagi umat islam, konsumsi juga menjadi salah satu bentuk aktivitas positif dalam kehidupan sehari-hari yang mendukung pelaksanaan ibadah serta ketaatan kepada Allah SWT [14].

Perilaku konsumsi dalam islam pada dasarnya dibangun atas dua aspek utama yaitu kebutuhan (*hajat*) dan kegunaan atau kepuasan (*manfaat*). Secara rasional, seseorang tidak akan mengonsumsi suatu barang apabila tidak memiliki kebutuhan terhadap barang tersebut serta tidak memperoleh manfaat darinya [15]. Islam memandang konsumsi sebagai sarana untuk mencapai masalah, baik secara duniawi maupun ukhrawi. Konsumsi yang Islami harus memenuhi tiga aspek yaitu halal, thayyib (baik), dan bermanfaat. Halal menyangkut aspek legalitas syariah, baik sisi barang maupun cara memperolehnya. Thayyib berarti baik secara zat dan proses. Masalah mengarah pada nilai keberkahan dan kemanfaatan jangka Panjang [16].

Bumbu Instan

Bumbu instan merupakan campuran berbagai bumbu dapur dan rempah-rempah yang telah diolah melalui beberapa tahapan proses. Saat ini terdapat banyak merek bumbu instan yang di produksi oleh perusahaan besar maupun lokal dengan beragam jenis dan kegunaan. Beberapa merek bumbu instan yang terdapat di pasaran yaitu Sajiku, LaRasa, Indofood, Royco, Bumbu Komplit, Racik, Bamboe, Finna, dan Mama Suka [17].

Bumbu instan menjadi alternatif memasak yang praktis dan efisien dari segi waktu. Secara umum, bumbu instan terbagi menjadi dua jenis, bumbu berbentuk pasta atau basah, serta bumbu kering. Bumbu basah memiliki karakteristik lebih segar, sedangkan bumbu kering merupakan bumbu basah yang telah melalui proses pengeringan. Bumbu instan ini dibuat dan diformulasikan sesuai dengan masakan yang digunakan sehari-hari sehingga jenisnya juga sangat beragam tergantung pada jenis masakan [18]. Salah satu keuntungan utama menggunakan

bumbu instan adalah praktis dan efisien, selain itu bumbu instan juga cenderung memiliki rasa yang konsisten jadi rasa masakannya sama setiap kali memasak dengan produk yang sama [19].

Bumbu Giling

Belakangan ini semua orang lebih menginginkan banyak hal menjadi lebih praktis, salah satunya adalah bumbu masak. Dulu orang bila ingin memasak maka bumbunya akan digiling sendiri dengan peralatan yang sederhana seperti batu giling, tapi sekarang orang lebih memilih untuk membeli bumbu masak giling dipasar [20].

Saat ini, bumbu giling basah banyak dijumpai di pasar tradisional dan dianggap penting oleh sebagian masyarakat. Hal ini karena bumbu giling basah dapat membantu mempermudah pekerjaan rumah tangga, terutama dalam proses memasak yang biasanya membutuhkan waktu lebih lama jika harus meracik bumbu secara manual. Oleh karena itu, bumbu giling basah memiliki peran yang cukup signifikan bagi konsumen khususnya ibu rumah tangga [21].

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang menitikberatkan pada pemahaman terhadap suatu fenomena berdasarkan persepsi. Oleh karena itu, pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi secara apa adanya di lapangan, termasuk faktor pengambilan keputusan pembelian.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Jambi yang menjadi lokasi utama. Dalam penelitian ini, fokus utama pengumpulan data adalah konsumen Muslim sebagai informan penelitian, karena merekalah yang mengalami secara langsung proses pertimbangan dan pengambilan keputusan pembelian. Sementara itu kunjungan ke lokasi dilakukan untuk keperluan observasi guna memperkuat keabsahan data.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dimana data tersebut berupa uraian verbal dari hasil wawancara dengan informan, catatan hasil observasi yang dilakukan secara langsung di lokasi penelitian, serta dokumen pendukung yang relevan dengan fokus penelitian. sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi. Pendekatan tersebut digunakan untuk memperoleh informasi yang akurat dan mendalam terkait keputusan pembelian konsumen muslim terhadap bumbu instan berlabel halal dan bumbu giling.

Teknik Penentuan Informan Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen muslim Kota Jambi yang pernah atau seara rutin membeli bumbu instan berlabel halal atau bumbu giling. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan memilih informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan kebutuhan penelitian, memastikan bahwa setiap partisipan memiliki informasi yang kaya dan relevan dengan fokus studi [22].

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini meliputi: (1) konsumen yang beragama islam, (2) berdomisili di Kota Jambi, (3) berusia minimal 20 tahun, (4) pernah membeli serta menggunakan bumbu instan berlabel halal dan bumbu giling dalam kehidupan sehari-hari. Informan penelitian dapat berasal dari berbagai latar belakang seperti ibu rumah tangga, pelaku usaha rumahan, maupun konsumen individu yang aktif berbelanja kebutuhan dapur sehingga

diharapkan mampu memberikan informasi yang beragam dan mendalam terkait proses pengambilan keputusan pembelian terhadap bumbu instan berlabel halal dan bumbu giling.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu meliputi:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahapan dimana informasi yang diperoleh selama penelitian di lapangan dipilah, difokuskan, dan disederhanakan. Proses ini bertujuan untuk menyeleksi dan musatkan perhatian pada data yang relevan serta mendukung tujuan penelitian secara efektif [23].

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah tahap pengorganisasian informasi sehingga memudahkan penarikan Kesimpulan dalam penelitian kualitatif. Data ini dapat disajikan dalam berbagai format seperti deskripsi singkat, diagram, atau bentuk visual lainnya [23].

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan adalah tahap terakhir dari seluruh proses yang telah dilakukan sebelumnya. Kesimpulan ini ditarik berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan serta validasi terhadap bukti-bukti yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian [23].

Uji Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini didefinisikan sebagai proses pengecekan data dari berbagai sumber melalui beragam metode dan pada waktu yang berbeda [24].

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber dalam pengujian kredibilitas data dilakukan dengan memverifikasi data yang telah diperoleh dari beberapa sumber. Dalam penelitian ini, informan terdiri dari konsumen muslim Kota Jambi seperti ibu rumah tangga, pelaku usaha bumbu masakan, dan konsumen individu yang sering membeli bumbu masakan. Keragaman latar belakang informan memungkinkan peneliti memperoleh pandangan beragam tentang keputusan pembelian bumbu instan berlabel halal dan bumbu giling.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik dalam pengujian kredibilitas data dilakukan dengan memverifikasi data dari sumber yang sama menggunakan berbagai teknik pengumpulan data. Artinya peneliti memanfaatkan berbagai teknik pengumpulan data untuk memperoleh informasi dari sumber yang sama. Dalam penelitian, peneliti menyilangkan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian digabungkan menjadi satu untuk menghasilkan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Kota Jambi Terhadap Bumbu Instan Berlabel Halal Dan Bumbu Giling

Tabel 4. 1 Perbandingan Keputusan Pembelian

Tahapan Proses Keputusan Pembelian	Bumbu Instan Berlabel Halal	Bumbu Giling	Perbedaan
Pengenalan Masalah	Kebutuhan muncul karena aktivitas memasak sehari-hari, kesibukan, keterbatasan waktu, serta keinginan untuk memasak secara praktis dan tidak repot meracik bumbu	Kebutuhan muncul ketika memasak dalam jumlah besar, memasak makanan tertentu, menghadapi acara atau kegiatan tertentu, serta ingin menghindari proses mengulek dan meracik bumbu	Bumbu instan lebih berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari dan efisiensi waktu. Sedangkan bumbu giling lebih berkaitan dengan kebutuhan memasak tertentu dan dalam jumlah besar
Pencarian Informasi	Informasi diperoleh melalui pengalaman mencoba sendiri, teman, iklan, media sosial, dan YouTube	Informasi lebih banyak diperoleh melalui keluarga, teman, tetangga, penjual, dan pengalaman langsung	Konsumen bumbu instan memperoleh informasi melalui sumber yang lebih beragam. Sedangkan bumbu giling lebih banyak melalui lingkungan sosial terdekat dan pengalaman langsung
Evaluasi Alternatif	Mempertimbangkan kualitas, kepraktisan, harga, kemudahan memperoleh produk, kehalalan, kebersihan, jaminan produk, dan pengalaman sebelumnya	Mempertimbangkan kehalalan, kualitas rasa, harga, kesegaran, serta karakteristik rempah	Bumbu instan lebih banyak dievaluasi berdasarkan kepraktisan, kebersihan, jaminan dan kehalalan. Sedangkan bumbu giling lebih menekankan rasa, kesegaran, dan karakteristik rempah
Keputusan Pembelian	Dipilih oleh 9 informan, alasan utama berkaitan dengan kepraktisan, kecepatan, kemudahan memperoleh produk, takaran, kualitas dan rasa	Dipilih oleh 6 informan, alasan utama berkaitan dengan kebutuhan memasak, kualitas, serta kesesuaian rasa	Bumbu instan lebih banyak dipilih karena praktis dan cepat. Sedangkan bumbu giling lebih banyak dipilih karena rasa dan kualitas yang sesuai dengan selera

Perilaku Pasca Pembelian	Konsumen cenderung merasa puas karena hasil masakan sesuai harapan, rasa cocok, dan produk memberikan kemudahan. Sebagian konsumen melakukan pembelian kembali	Konsumen juga menunjukkan keputusan karena rasa, kesegaran, dan aroma bumbu sesuai dengan harapan. Sebagian melakukan pembelian kembali dan terdapat konsumen yang mengombinasikan bumbu giling dengan bumbu instan	Kedua jenis bumbu sama-sama memberikan pengalaman pasca pembelian yang positif, tetapi kepuasan bumbu instan lebih berkaitan dengan kemudahan dan kesesuaian kebutuhan. Sedangkan bumbu giling lebih berkaitan dengan rasa, kesegaran, dan aroma
--------------------------	--	---	--

Sumber: Data Primer diolah 2026

Berdasarkan tabel perbandingan 4.1 di atas, dapat disimpulkan bahwa proses keputusan pembelian konsumen muslim Kota Jambi terhadap bumbu instan berlabel halal dan bumbu giling memiliki persamaan dan perbedaan pada setiap tahapannya. Persamaannya terlihat dari adanya kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi sebelum membeli, penentuan pilihan, serta pengalaman setelah menggunakan produk. Namun, terdapat perbedaan pada aspek yang lebih dominan dalam setiap tahapan. Konsumen bumbu instan cenderung menekankan kepraktisan, efisiensi waktu, kemudahan memperoleh produk, serta jaminan dan kebersihan produk. Sementara itu, konsumen bumbu giling cenderung menekankan rasa, kesegaran, aroma, dan karakteristik rempah. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen tidak hanya ditentukan oleh satu pertimbangan, tetapi terbentuk melalui serangkaian proses yang disesuaikan dengan kebutuhan dan pengalaman masing-masing konsumen.

Perbedaan Pertimbangan Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Kota Jambi Terhadap Bumbu Instan Berlabel Halal Dan Bumbu Giling

Tabel 4. 2 Perbandingan Pertimbangan Keputusan Pembelian

Faktor Pertimbangan	Bumbu Instan Berlabel Halal	Bumbu Giling	Perbedaan
Kepercayaan Terhadap Kehalalan Produk	Konsumen bumbu instan cenderung mengandalkan logo halal dan informasi pada kemasan sebagai bentuk kepastian dan mengurangi keraguan konsumen dalam membeli produk	Konsumen bumbu giling cenderung mengandalkan bahan yang digunakan, proses pengolahan, pengamatan langsung, dan kepercayaan kepada pedagang	Konsumen kedua jenis bumbu sama-sama mempertimbangkan kehalalan, tetapi sumber keyakinannya berbeda. Konsumen bumbu instan lebih mengandalkan jaminan berupa logo halal pada kemasan. Sedangkan konsumen bumbu giling lebih mengandalkan

			bahan, proses, pengamatan langsung dan kepercayaan kepada pedagang
Kualitas Produk	Kualitas bumbu instan dinilai melalui rasa, aroma, konsistensi, kebersihan, kemasan yang higienis, dan kepraktisan. Konsumen menilai proses produksi dan kemasan pabrik dapat memberikan jaminan kebersihan dan kualitas	Kualitas bumbu giling lebih banyak dinilai dari rasa yang lebih kuat, aroma yang lebih harum, kesegaran, dan rasa yang lebih autentik. Konsumen merasa karakteristik bumbu giling lebih terasa secara langsung	Kedua jenis bumbu sama-sama dinilai dari kualitas, tetapi terdapat perbedaan pada aspek yang ditekankan. Bumbu instan lebih menonjol pada kebersihan, konsistensi, kemasan, dan kepraktisan. Sedangkan bumbu giling lebih menonjol pada rasa, aroma, kesegaran, dan keautentikan rempah
Harga Value dan Money For	Sebagian konsumen menilai bumbu instan lebih menguntungkan karena harga per kemasan terjangkau, praktis, takaran sesuai sekali masak, dan tidak perlu menyimpan sisa bumbu. Namun S1 dan S9 menilai bumbu giling lebih menguntungkan karena harga dan jumlah yang diperoleh	Konsumen bumbu giling mempertimbangkan harga yang lebih murah dan jumlah bumbu yang diperoleh.	Pada kedua produk, harga menjadi pertimbangan tetapi value for money dipahami secara berbeda. Bumbu instan dinilai menguntungkan karena praktis dan sesuai kebutuhan sekali masak. Sedangkan bumbu giling dinilai menguntungkan karena harga dan jumlah bumbu yang diperoleh
Citra Merek dan Reputasi	Konsumen cenderung mempertimbangkan merek yang dikenal, reputasi produsen, pengalaman menggunakan produk, dan kepercayaan terhadap produk yang sudah dikenal. Merek dan kemasan pabrik menjadi salah satu	Konsumen lebih banyak mempertimbangkan reputasi pedagang, pengalaman membeli sebelumnya, dan kepercayaan kepada penjual. Hubungan langsung dengan pedagang menjadi bagian penting dalam	Bumbu instan lebih banyak membangun kepercayaan melalui citra dan reputasi merek/produsen. Sedangkan bumbu giling lebih banyak melalui reputasi pedagang dan pengalaman konsumen

	bentuk jaminan bagi konsumen	membentuk kepercayaan	
Faktor Emosional dan nilai sosial	Konsumen merasakan tenang, aman, lega, dan puas ketika menggunakan bumbu instan. Perasaan tersebut berkaitan dengan kehalalan, kebersihan, rasa yang sesuai, serta kepraktisan dalam memasak	Konsumen lebih banyak merasakan puas karena bumbu giling dianggap segar, memiliki aroma yang harum, dan menghasilkan rasa yang sesuai dengan selera	Bumbu instan lebih banyak memberikan rasa aman, tenang, dan lega terutama karena kehalalan dan kepraktisan. Bumbu giling lebih banyak memberikan kepuasan terhadap rasa, aroma, dan kesegaran bumbu
Pertimbangan Utama Pembelian	Pada kelompok bumbu instan, kualitas produk menjadi pertimbangan utama, sementara konsumen lain juga mempertimbangkan kehalalan, harga, dan rasa	Pada kelompok bumbu giling, pertimbangan utama berkaitan dengan kualitas dan harga, dengan kualitas produk banyak dikaitkan dengan rasa, aroma, dan kesegaran bumbu	Meskipun konsumen muslim tetap mempertimbangkan kehalalan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi pertimbangan yang paling dominan, yaitu dipilih oleh 10 dari 15 informan

Sumber: Data Primer diolah 2026

Berdasarkan tabel perbandingan 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan pertimbangan keputusan pembelian konsumen muslim Kota Jambi terhadap bumbu instan berlabel halal dan bumbu giling. Pada bumbu instan, konsumen cenderung mempertimbangkan kehalalan melalui logo halal, kualitas melalui rasa, kebersihan dan konsistensi, harga berdasarkan manfaat dan kepraktisan, serta citra merek sebagai bentuk jaminan terhadap produk. Sementara itu pada bumbu giling, konsumen lebih banyak mempertimbangkan kehalalan melalui bahan dan proses pengolahan, kualitas berdasarkan rasa, aroma, dan kesegaran, harga berdasarkan jumlah yang diperoleh, serta reputasi pedagang dan pengalaman langsung.

Meskipun terdapat perbedaan dalam cara konsumen mempertimbangkan masing-masing aspek, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan pertimbangan yang paling dominan dalam keputusan pembelian. Sebanyak 10 dari 15 informan menempatkan kualitas produk sebagai pertimbangan utama. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen muslim tidak hanya mempertimbangkan aspek kehalalan dalam menentukan pilihan, tetapi juga mempertimbangkan kualitas yang dapat dirasakan secara langsung, seperti rasa, aroma, kebersihan, kesegaran, dan kesesuaian produk dengan kebutuhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis perbandingan keputusan pembelian konsumen muslim Kota Jambi terhadap bumbu instan berlabel halal dan bumbu giling, yang dilakukan melalui wawancara terhadap 15 informan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Keputusan pembelian konsumen muslim Kota Jambi terhadap bumbu instan berlabel halal dan bumbu giling menunjukkan adanya perbedaan pilihan berdasarkan kebutuhan, kebiasaan, dan pertimbangan masing-masing konsumen. Dari 15 informan yang diwawancarai sebanyak 9 informan memilih bumbu instan berlabel halal sementara itu 6 informan memilih bumbu giling.
2. Terdapat perbedaan pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian antara bumbu instan berlabel halal dan bumbu giling. Faktor yang paling dominan dalam pertimbangan keputusan pembelian adalah kualitas produk. Berdasarkan hasil wawancara, terdapat 10 dari 15 informan yang memilih kualitas produk sebagai pertimbangan utama dalam menentukan keputusan pembelian. Kualitas produk dalam penelitian ini berkaitan dengan rasa, aroma, kebersihan, kesegaran, serta kondisi dan karakteristik bumbu yang dirasakan konsumen ketika menggunakan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] W. Sitinjak and E. T. Ninggolan, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Bumbu Giling di Pasar Dwikora Kota Pematangsiantar," *J. AGRILINK*, vol. 8, no. 2, 2019, doi: 10.36985/agrilink.v8i2.33.
- [2] D. A. Azzahra, "Kelebihan dan Kekurangan membeli Bumbu Halus di Pasar," IDN Times. Accessed: Mar. 13, 2026. [Online]. Available: <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/kelebihan-dan-kekurangan-membeli-bumbu-halus-di-pasar-00-p3rq2-dx8r12>
- [3] R. S. P. Harahap, "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Membeli Produk Makanan dan Minuman (Studi Kasus Lingkungan VI Kelurahan Nangka Binjai Utara)," *AT-TAWASSUTHJurnal Ekon. Islam*, vol. V, no. 2, pp. 354-376, 2020, doi: 10.30829/ajei.v5i2.8447.
- [4] O. P. Winandari, N. Widiani, and E. Fatimah, "Potensi Kontaminasi Bumbu Giling Cabai Merah dan Kunyit Oleh Jamur di Pasar Pasir Gintung Bandar Lampung," *J. Org.*, vol. 1, no. 1, 2022, doi: 10.24042/organisms.v1i1.9380.
- [5] M. Sahib and N. Ifna, "Urgensi Penerapan Prinsip Halal dan Thoyyib dalam Kegiatan Konsumsi," *J. Ekon. dan Manaj.*, vol. 6, pp. 53-64, 2024, doi: 10.46918/point.v6i1.2256.
- [6] BPS, "Rata-Rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Bumbu-Bumbu Per Kabupaten/Kota (Satuan Komoditas) 2025," Badan Pusat Statistik. Accessed: Jan. 27, 2026. [Online]. Available: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjEwNSMy/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-bumbu-bumbuan-per-kabupaten-kota.html>
- [7] D. L. Bagida, T. M. Tumbel, and D. Mukuan, "Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada CV . Lion Jailolo," *J. Product.*, vol. 2, no. 2, pp. 146-151, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/34132>
- [8] H. D. Kurniawan, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa JNE JL. Glagahsari No.62 Yogyakarta)," *J. Ekobis Dewantara*, vol. 1, no. 4, pp. 73-82, 2018, [Online]. Available: <https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/328>

- [9] E. Sunarya, D. M. Danial, and M. R. Awaluddin, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pengguna Aplikasi Albarakah Online (Survei E-Commerce Pada Badan Usaha Pesantren Al-Ma'tuq Sukabumi)," *Intelektiva*, vol. 3, no. 11, 2022, [Online]. Available: <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/794>
- [10] B. S. Hidayat, "Persepsi Konsumen terhadap Produk Halal dari UMKM : Dampak terhadap Keputusan Pembelian," *J. Ekon. Dan Bisnis*, vol. 4, no. 4, pp. 619-625, 2024, doi: 10.47233/jebbs.v4i4.1925.
- [11] N. A. Sugiharto, D. N. Savitri, and B. Triputranto, "Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chatime di Kota Bekasi," *J. Bisnis dan Pemasar.*, vol. 13, no. September, 2023, [Online]. Available: <https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/promark/article/view/3293>
- [12] D. D. T. Untari, *Manajemen Pemasaran : Kasus Dalam Pengembangan Pasar Wisata Kuliner Tradisional*. CV. Pena Persada Redaksi, 2019. [Online]. Available: <https://repository.ubharajaya.ac.id/2107/1/BUKU PEMASARAN.pdf>
- [13] S. Ernawati and I. Koerniawan, "Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk UMKM Di Kota Bima," *J. Ilm. Ekon. Dan Bisnis*, vol. 16, no. 1, pp. 207-215, 2023, doi: 10.51903/e-bisnis.v16i1.1185.
- [14] D. Maharani and T. Hidayat, "Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi dalam Prespektif Ekonomi Islam," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 6, no. 03, pp. 409-412, 2020, doi: 10.29040/jiei.v6i3.1374.
- [15] A. Liling, "Konsep Utility Dalam Prilaku Konsumsi Muslim," *J. Balanc.*, vol. 1, no. 1, pp. 71-92, 2019, doi: 10.35905/balanca.v1i1.1040.
- [16] N. A. Reva, S. Maysarah, R. S. Pinem, and M. A. Harahap, "Analisis Teori Perilaku Individu dan Konsumsi Islami," *Naraca Akunt. Manajemen, Ekon.*, vol. 17, no. 10, 2025, doi: 10.8734/musytari.v1i2.365.
- [17] B. Rahmawati, T. Soedarto, and N. Yulianti, "Pengaruh Faktor Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Bumbu Instan Sajiku di Surya Mart Kabupaten Ponorogo," vol. 15, no. 1, pp. 36-47, 2024, doi: 10.52643/jir.v15i1.3591.
- [18] Nurlily, S. Hadi, K. Anwar, and M. Fitriana, "Peningkatan kualitas dan produksi bumbu masak tradisional banjar pada ukm umibilal food banjarmasin," *Pro Sejah.*, vol. 5, pp. 421-425, 2023, [Online]. Available: <https://snllb.ulm.ac.id/prosiding/index.php/snllb-abdimas/article/viewFile/875/882>
- [19] NCSA, "Mana Yang Lebih Baik Bumbu Instan vs Bumbu Alami," National Culinary Service Academy. Accessed: Mar. 07, 2026. [Online]. Available: <https://ncsaindonesia.com/web/mana-yang-lebih-baik-bumbu-instan-vs-bumbu-alami/#:~:text=Bumbu Instan, Praktis dan Cepat Bumbu instan,tanpa harus mengolah bahan-bahan bumbu secara terpisah.>
- [20] A. P. Ambarita and D. I. S. Simatupang, "Analisis Nilai Tambah Usaha Pengolahan Bumbu Giling di Kota Medan (Studi Kasus:Pusat Pasar Tradisional Kota Medan)," *Maj. Ilm. Politek. Mandiri Bina Prestasi*, no. 2, pp. 205-218, 2018, [Online]. Available: <https://share.google/pHQW0UBJD9Sv7reNR>
- [21] E. Sijabat, W. D. Sayekti, and D. A. H. Lestari, "Pengambilan Keputusan dan Pola Pembelian Bumbu Giling pada Rumah Tangga di Kota Bandar Lampung," *J. Ilmu Ilmu Agribisnis*, vol. 9, no. 1, pp. 25-32, 2021, [Online]. Available: <http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/54961>
- [22] D. Andriani, D. B. Maritasari, I. Laela, and S. Husnadia, "Pemilihan Teknik Sampling yang Tepat Dalam Penelitian Kualitatif: Tinjauan Pustaka," vol. 6, no. 4, pp. 6238-6247, 2025, doi: 10.54373/imeij.v6i4.3783.

- [23] R. Zulfirman, "Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Agama Islam di MAN 1 Medan," *J. Penelitian, Pendidik. dan Pengajaran JPPP*, vol. 3, no. 2, pp. 147-153, 2022, doi: 10.30596/jppp.v3i2.11758.
- [24] P. D. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke. Jl. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung: ALFABETA cv, 2023.