

**PENGARUH PRODUK BOTAN MACKEREL TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN DALAM EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS CV. ANUGRAH JAYA
PERSADA)**

Helpi Wulandari¹, Nova Yanti Maleha², Waldi Nopriansyah³

Prodi Ekonomi Syariah STEBIS IGM Palembang
helpiwulandari04@gmail.com¹, nova@stebisigm.ac.id²,
waldinopriansyah@stebisigm.ac.id³

Abstract

One of the most important basic human needs is food which has an alternative to choosing fast food, for example processed fish products in cans, namely botan mackerel products. This study aims to determine the effect of mackerel botan products on consumer buying interest in Islamic economics. This research was conducted at CV. Grace Jaya Persada. The type of research used is quantitative research, with data collection techniques namely observation, questionnaires, and interviews. The results showed that there was a significant effect of the quality of mackerel botan products on consumer buying interest with the results showing that: (a) there was a significant influence of mackerel botan product quality on consumer buying interest with the results showing a correlation coefficient of 0.988 with a significance level of 0.000 ($p < 0.05$); b) based on the advantages and advantages of Botan Mackerel products, it is known that this product has product provisions that are in accordance with Muslims, namely halal, hygiene and quality, so as to increase consumer buying interest.

Keywords: Product Quality, Consumer Purchase Interest, Islamic Economics

Abstrak

Kebutuhan pokok manusia yang sangat penting salah satunya kebutuhan pangan yang mempunyai alternatif untuk memilih makanan cepat saji, misalnya produk ikan olahan dalam kaleng yaitu produk botan mackerel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk botan mackerel terhadap minat beli konsumen dalam ekonomi Islam. Penelitian ini dilaksanakan di CV. Anugrah Jaya Persada. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, kuesioner, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk botan mackerel terhadap minat beli konsumen dengan hasil yang menunjukkan bahwa: (a) terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk botan mackerel terhadap minat beli konsumen dengan hasil yang menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,988 dengan taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) dengan persentase pengaruh sebesar 67,6%; b) berdasarkan kelebihan dan keunggulan dalam produk Botan Mackerel diketahui bahwa produk ini memiliki ketentuan produk yang sesuai dengan muslim yaitu halal, higienes, dan berkualitas, sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Minat Beli Konsumen, Ekonomi Islam*

PENDAHULUAN

Kebutuhan pokok manusia terdiri dari pangan, sandang, dan papan. Contohnya, kebutuhan pangan yang merupakan kebutuhan yang sangat diperlukan karena tingginya tingkat kebutuhan manusia yang membuat masyarakat memilih profesi sebagai pelaku bisnis guna untuk memenuhi permintaan pasar terkait kebutuhan pokok manusia. Hal ini, untuk mempermudah kelangsungan hidup manusia banyak memilih makanan cepet saji. Salah satunya, yaitu produk ikan olahan dalam kaleng yang sangat laku dipasaran, sehingga peminatnya pun banyak, tetapi sebagai konsumen yang cerdas masyarakat harus tepat memilih produk ikan kaleng tersebut dari label halal, kualitas dan lihat apakah sudah memiliki izin edar oleh BPOM (Ofori, 2020).

Ikan kaleng merupakan ikan dan produk ikan yang telah melalui pemrosesan, dikemas dalam kaleng kedap udara, dan diberikan panas untuk mematikan bakteri di dalamnya serta mematangkannya. Pengalengan merupakan salah satu jenis metode pengawetan makanan dan mampu memperpanjang usia simpan makanan hingga lima tahun. Produk tersebut banyak diminati oleh konsumen sehingga masyarakat banyak memilih ikan olahan tersebut karena cepat dan praktis saat memasaknya (Bula, 2016). Salah satu produk ikan olahan tersebut dimiliki oleh CV. Anugrah Jaya Persada perusahaan tersebut sudah berdiri sejak 2017. Perusahaan ini memiliki 2 jenis produk yang dipasarkan yaitu Botan Mackerel dan Botan Sarden Premium, produk yang mereka pasarkan memiliki ciri khas tersendiri yaitu memiliki label A1. Label tersebut memiliki arti kualitas nomor satu dan sudah menjadi pilihan makanan yang aman dan yang mempunyai label A1 itu dapat diartikan salah satu produk yang sangat direkomendasikan untuk dikonsumsi, dan produk Botan Mackerel tersebut merupakan salah satu produk yang direkomendasikan dalam hal produk olahan ikan kaleng. CV. Anugrah Jaya Persada merupakan perusahaan pertama yang menjadi distributor produk botan di daerah Palembang dan telah memasarkan produk diberbagai supermarket dipalembang seperti Alfamart, Indomaret, Indogrosir, Diamond sampai ke toko tradisional. Akan tetapi ada salah satu dari produk tersebut, yaitu produk Botan Mackerel yang kurang diminati karena perbedaan dari kedua produk tersebut adalah berbeda jenis ikan dan harganya pun juga berbeda.

Mackerel adalah sebutan bagi sekelompok ikan laut yang terdiri dari beberapa marga anggota famili Scombridae. Dalam peristilahan bahasa Inggris, sebutan mackerel juga mencakup kelompok ikan tenggiri dan kembung. Mackerel juga merupakan ikan pelagis, umumnya hidup jauh di laut lepas, meski beberapa jenisnya juga bisa didapati di perairan teluk yang tak jauh dari pantai. Dalam pemasarannya produk ikan Mackerel biasa dijual dengan harga 35.000 sampai 42.000. Ikan sarden adalah ikan jenis ini banyak ditemukan dilaut ikan berlemak berukuran kecil yang biasa ditemui dalam bentuk kalengan. Selain kaya akan protein dan lemak baik, ikan sarden juga sumber zat besi dan kalsium. Ikan sarden memiliki harga yang dipasarkan mulai dari 24.000 sampai 28.000. (hewanpedia.com, n.d.)

Dari penjelasan dua produk diatas dapat disimpulkan bahwa keduanya memiliki perbedaan dari segi harga sampai jenis ikan, tetapi mereka tetap memiliki label A1 yang sama hanya saja minat beli mereka yang berbeda. Minat beli sebagai perilaku konsumen untuk merespon positif pada kualitas pelayanan suatu merek dan berminat melakukan konsumsi kembali produk atau merek tersebut (Aswir, 2018).

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat disimpulkan bahwa salah satu peran dari adanya kualitas dalam suatu produk adalah harapan konsumen, sehingga dapat diketahui adanya hubungan antara konsumen dengan perusahaan melalui label produk dan pemasaran dalam dagang. Perusahaan berharap dengan adanya hubungan baik antara konsumen dengan perusahaan dapat menambah kepercayaan konsumen terhadap produk botan mackerel oleh CV. Anugrah Jaya Persada, dan banyaknya merek produk ikan kaleng sarden yang ada di pasaran akan mendorong perusahaan bersaing mendapatkan calon konsumen melalui berbagai

strategi yang tepat, misalnya kualitas yang tinggi, mengubah kemasan, promosi, harga, dan distribusi.

TINJAUAN PUSTAKA

Label Pada Produk

Menurut Stanton dalam Suryani (2008), label adalah bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau pula etiket (tanda pengenal) yang dicantumkan pada produk (Herydiansyah, 2019) . Label mempunyai hubungan erat kaitannya dengan pemasaran. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi tentang apa yang ada dalam penjual dan produk itu sendiri. Pemberian label (labeling) merupakan elemen produk yang penting untuk memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen agar mengingat produk tersebut. Label adalah tulisan, gambar, atau kombinasi keduanya yang disertakan pada wadah atau kemasan suatu produk dengan cara dimasukkan ke dalam, ditempelkan atau dicetak dan merupakan bagian dari kemasan tersebut (Aswir, 2018).

Peraturan Pemerintah nomor 69 tahun 1999 tentang label dan iklan pangan menyebutkan label dengan setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan pangan. Dengan demikian label pangan sekurang-kurangnya memuat keterangan nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih, nama dan alamat pihak yang memproduksi, logo pada produk, petunjuk penyimpanan, keterangan kadaluarsa, kode produksi, keterangan kandungan gizi, dan peringatan (Oki, 2015).

Label Halal Dalam Produk

Label Halal merupakan pemberian tanda tertulis atau bukti tertulis guna menjamin suatu produk sebagai produk Halal dengan tulisan Halal dengan huruf Arab, dan juga nomer kode tertentu dari menteri yang dikeluarkan setelah pemeriksaan Halal dari lembaga pengawasan yang dibentuk oleh MUI, fatwa Halal, dan sertifikat Halal dari MUI sebagai jaminan yang sah bahwa suatu produk telah di uji kehalalannya untuk di konsumsi atau digunakan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan syariah (Saskia, 2021). Label Halal pada produk, bertujuan untuk memberikan informasi atau keterangan bahwa produk tersebut sudah lulus uji kehalalan oleh lembaga yang berwenang untuk melakukan uji kehalalan tersebut. Sedangkan lembaga yang berwenang melakukan uji kehalalan produk adalah, LPPOM MUI yaitu Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (Septian, 2014). Labelisasi Halal merupakan perijinan pemasangan Logo Halal pada kemasan produk pangan oleh Badan POM yang didasarkan pada sertifikasi Halal yang dikeluarkan komisi Fatwa MUI. Sertifikat berlaku selama 2 tahun dan dapat diperpanjang kembali dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku, saat ini pemerintah memberikan kewenangan kepada Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk memberikan sertifikasi Halal pada produk makanan dan minuman, kosmetik yang beredar di Indonesia.

Kualitas Produk

Kualitas adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi spesifikasinya. Produk adalah sekumpulan atribut fisik nyata yang terakit dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi. Sedangkan parameter kualitas suatu produk adalah seberapa mampu pelanggan merasakan kepuasan, tidak hanya itu produk bisa berarti memiliki fungsi

bagaimana produsen dapat mempertahankan pandangan penilaian pelanggan tentang produknya. Menurut Deny Irawan dan Edwin Japarianto, kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk (Fabiana Meijon Fadul, 2019).

Minat Beli Konsumen

Minat Beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian (Meylinda, 2017). Konsumen memiliki ketertarikan terhadap suatu produk atau jasa tetapi belum tentu konsumen akan melakukan pembelian produk atau jasa tersebut. Minat beli berbeda dengan niat beli, niat beli adalah suatu tindak lanjut dari minat beli konsumen dimana keyakinan untuk memutuskan akan membeli sudah dalam persentase yang besar. Jadi dapat dikatakan bahwa niat beli adalah 15 tingkatan akhir dalam minat beli berupa keyakinan sebelum keputusan pembelian diambil (Turmudi, 2017). Menurut Kotler (2005: 207) ada dua faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen yaitu sikap orang lain dan faktor situasi yang tidak terantisipasi.

Ekonomi Islam Dalam Penjualan Produk

Ekonomi Islam merupakan istilah untuk sistem ekonomi yang dibangun atas dasar-dasar dan tatanan Al-Qur'an dan Al-Sunnah dengan tujuan masalah (kemaslahatan) bagi umat manusia. Prinsip ekonomi Islam dapat dirangkum dalam empat prinsip, yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Produksi tidak berarti hanya menciptakan secara fisik sesuatu yang tidak ada, melainkan juga membuat barang-barang yang dihasilkan dari beberapa aktivitas produksi memiliki daya guna (Fernandes, 2014).

Kegiatan produksi dalam perspektif ekonomi Islam adalah terkait dengan manusia dan eksistensinya dalam aktivitas ekonomi. Produksi merupakan kegiatan menciptakan kekayaan dengan pemanfaatan sumber alam oleh manusia. Kegiatan produksi dalam perspektif ekonomi Islam adalah terkait dengan manusia dan eksistensinya dalam aktivitas ekonomi, produksi merupakan kegiatan menciptakan kekayaan dengan pemanfaatan sumber alam oleh manusia. Produksi tidak berarti hanya menciptakan secara fisik sesuatu yang tidak ada, melainkan yang dapat dilakukan oleh manusia adalah membuat barang-barang menjadi berguna yang dihasilkan dari beberapa aktivitas produksi sehingga dapat menciptakan barang yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta memiliki daya jual yang tinggi.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian bertempat di CV. Anugrah Jaya Persada yang beralamat Jalan Kapten Marzuki No. 2432, Kelurahan 20 Ilir D.III, Kecamatan Ilir Timur 1, Kota Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang mengungkapkan secara menyeluruh melalui pengumpulan data di lapangan yang mana datanya berupa angka-angka dengan tujuan dapat melihat hubungan fundamental antara pengamatan empiris dengan hasil data yang diambil secara kuantitatif dan membantu dalam menentukan hubungan antar variabel dalam sebuah populasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, kuesioner, dokumentasi, dan wawancara.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono, Populasi adalah keseluruhan yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang sudah berlangganan satu tahun lebih di CV. Anugrah Jaya Persada.

Menurut Sugiyono, sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk menemukan ukuran dalam pengambilan data penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling yaitu pengambilan sampel yang dipilih dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini memiliki populasi yang berjumlah 22 orang atau kurang dari 50, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 22 responden..

Hasil dan Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Botan Mackerel Terhadap Minat Beli Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan kualitas produk botan mackerel terhadap minat beli konsumen, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau terbukti. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien korelasi sebesar 0,988 dengan taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) dengan persentase pengaruh sebesar 67,6%. Artinya, kualitas produk botan mackerel dapat mempengaruhi calon konsumen sehingga tertarik membeli produk.

Kualitas produk adalah salah satu alat yang digunakan oleh pemasar dalam melakukan *positioning*. Hal ini dikarenakan dapat mempunyai imbas langsung terhadap produk (Rangkuti, 2013). Setiap perusahaan memfokuskan perhatian pada usaha untuk menghasilkan produk yang unggul dan terus menyempurnakan. Produk yang bernilai merupakan sesuatu yang sangat berarti dalam pemasaran, sebab Rasulullah SAW membangun minat membeli dan kepuasan pelanggannya melalui kualitas produk dan juga nilai-nilai yang ada di dalamnya (Islam) (Ali, 2021).

Kualitas produk merupakan gabungan gambaran yang memiliki kapasitas untuk memenuhi keinginan pelanggan dan konsumen. Sedangkan, dalam perspektif pelanggan terhadap kualitas produk yaitu tentang seberapa baik suatu barang dapat memenuhinya sehingga adanya minat untuk membeli produk tersebut (Moko dkk., 2021). Menurut Davis Garvin (Umar, 2005) terdapat delapan dimensi kualitas barang yaitu *performance, features, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetics, fit and finish*. Dimensi tersebut merupakan hal terpenting yang dapat meningkatkan minat konsumen dalam membeli suatu barang.

Minat beli merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Minat beli diartikan sebagai pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan rasa senang terhadap barang tersebut, kemudian minat tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul keyakinan terhadap produk barang atau jasa tersebut mempunyai manfaat yang pada akhirnya individu memiliki barang tersebut dengan cara membayar atau menukar dengan uang (Andi Mursidi, 2020).

Salah satu faktor kuat dalam mempengaruhi minat beli konsumen adalah faktor kualitas. Kualitas yang merupakan atribut dari suatu produk dapat dipertimbangkan oleh konsumen dari segi pemanfaatannya (Pratama dkk., 2021). Terkait hal ini ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat. Semua yang ada di bumi ini diciptakan

untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang/jasa yang halal dan baik saja secara wajar, tidak berlebihan.

Penelitian yang dilakukan oleh Geraldine (2021), menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap produk Wardah. Dimana kualitas produk sudah mempengaruhi calon konsumen untuk tertarik membeli kosmetik Wardah. Selanjutnya Haqiqi dan Adji (2021) mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa kualitas produk memengaruhi banyaknya tingkat minat beli konsumen secara relevan.

Berdasarkan hasil penelitian ini kualitas produk mackerel berada dalam kategori baik dan minat beli konsumen terhadap produk mackerel menunjukkan kategori baik. Dari hal tersebut menunjukkan penjualan produk botan mackerel sudah baik karena kualitas produk yang dimiliki dapat meningkatkan minat konsumen terhadap pembelian produk mackerel.

Pandangan Ekonomi Islam tentang Produk Botan Mackerel terhadap Minat Beli Konsumen

Semua sumber daya yang terdapat di langit dan bumi diberikan oleh Allah SWT untuk memenuhi kebutuhan manusia, sehingga dapat dinikmati dengan sempurna, lahir, batin, material, dan spiritual. Hal ini menegaskan bahwa ruang lingkup keilmuan ekonomi Islam lebih luas dibandingkan dengan ekonomi konvensional. Ekonomi Islam tidak hanya berbicara tentang pemuasan materi yang bersifat fisik, namun juga membahas tentang pemuasan yang bersifat abstrak, pemuasan ini berkaitan dengan penghambaan dengan penghambaan dan rasa syukur atas karunia yang telah diberikan (Azis & Suardi, 2020).

Ekonomi Islam sangat memperhatikan kualitas produk yang dipasarkan. Produk yang bernilai merupakan sesuatu yang sangat berarti dalam pemasaran, sebab Rasulullah SAW membangun kepuasan pelanggannya melalui kualitas produk dan juga nilai-nilai yang ada di dalamnya (Islam) (Ali, 2021). Ketika seorang muslim dihadapkan pada pilihan barang halal dan haram, meskipun barang halal lebih tinggi dibandingkan barang haram, maka ia akan memilih barang halal karena faktor keberkahan.

Menurut (Mursid, 2010), produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen. Hal yang penting untuk diperhatikan dalam produk adalah tidak hanya membeli fisik dari produk itu saja namun membeli benefit dan nilai dari produk tersebut. Produk yang halal, higienis, bersih, dan berkualitas sehingga dapat menarik konsumen muslim. Terutama dengan adanya label halal MUI, maka akan ada jaminan akan keamanan produk tersebut. Terlebih produk halal dan *thayyib* pastinya baik, karena dari bahan-bahan yang tidak merusak tubuh jika dikonsumsi (Mathew, 2014).

Ikan sarden adalah ikan jenis ini banyak ditemukan dilaut Indonesia sehingga mudah untuk diambil dan dikelola jenis ikan ini merupakan ikan berlemak berukuran kecil yang biasa ditemui dalam bentuk kalengan. Selain kaya akan protein dan lemak baik, ikan sarden juga sumber zat besi dan kalsium. Produk Botan Sarden adalah pilihan protein yang bagus Ikan kecil ini dianggap sebagai makanan yang sangat efisien karena mengandung jumlah vitamin, protein, dan omega-3 yang sangat tinggi untuk jumlah kalori yang dikandungnya. Protein rendah kalori ini bermanfaat bagi orang yang ingin menurunkan berat badan. Produk Botan Sarden Premium memiliki 2 jenis ukuran 425 gram dan 155 gram. Sarden kaleng merek Botan ini merupakan Brand A1 yang kualitas sudah tercatat di BPOM dan mendapatkan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia. Berdasarkan kelebihan dan keunggulan dalam produk Botan Mackerel tersebut diketahui bahwa produk ini memiliki ketentuan produk yang sesuai dengan muslim yaitu halal, higienis, dan berkualitas.

Minat beli adalah perasaan yang dimiliki oleh konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang timbul setelah konsumen melakukan kegiatan pra-pembelian (Septiyadi et al.,

2022). Kegiatan pra-pembelian ini biasanya hadir saat konsumen mencari tahu apa kebutuhannya serta produk yang bisa memadai untuk kebutuhan tersebut. Minat beli bagian dari perilaku konsumen yang terjadi karena adanya pengaruh eksternal yang datang untuk membeli berdasarkan karakteristik keputusan mereka pribadi dan proses pengambilan keputusan (Saputra et al., 2023).

Sebelum melakukan pembelian, seorang penjual harus bisa membangkitkan minat beli konsumen. Salah satu caranya ialah dengan memperindah tampilan produk dan membuat promosi menarik mungkin agar calon konsumen bisa melihat dan mau mencari informasi mengenai produk yang ditawarkan penjual (Kamaluddin, 2009: 66).

Pada tahun 2017 minat pembeli masyarakat mulai menurun kembali akibat berita ada penemuan cacing disebuah makanan kaleng yang berjenis mackerel itu, tapi setelah diperiksa dan dijelaskan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (Badan POM). Produk yang ada cacingnya ternyata adalah tiga merek ikan makarel kalengan. Tiga merek ikan makarel yang mengandung cacing ini adalah Farmerjack, IO, dan HOKI. Ketiga produk ini telah ditarik dari peredaran karena tidak layak konsumsi. Tentunya setelah itu semua produk makanan kaleng ikan makarel berdampak pada penjualan termasuk pada perusahaan CV. Anugrah Jaya Persada yang menurun.

Hasil analisis dan temuan Badan POM menyatakan bahwa cacing pada produk-produk ikan makarel kalengan tersebut sudah mati, bukan cacing hidup. Cacing yang ditemukan adalah jenis cacing parasit *Anisakis* sp. Dalam jurnal *Clinical Microbiology Reviews*, dikatakan bahwa cacing ini memang banyak ditemukan pada ikan laut, termasuk ikan makarel yang dikemas dalam kaleng. Jika dikonsumsi oleh manusia meski dalam keadaan sudah mati, cacing ini bisa menimbulkan masalah kesehatan. Tapi seiring berjalannya waktu masalah itu pun sudah ditangani langsung oleh pemilik pabrik tersebut, sehingga masalah tersebut telah selesai dan izin pedarannya pun diizinkan kembali.

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang/jasa yang halal dan baik saja secara wajar, tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal itu mampu menambah mashlahah atau tidak mendatangkan mudharat.

KESIMPULAN

Dari uraian pembahasan tentang pengaruh modal, luas lahan dan harga jual terhadap pendapatan petani nanas dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk botan mackerel terhadap minat beli konsumen dengan hasil yang menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,988 dengan taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) dengan persentase pengaruh sebesar 67,6%.
2. Berdasarkan kelebihan dan keunggulan dalam produk Botan Mackarel diketahui bahwa produk ini memiliki ketentuan produk yang sesuai dengan muslim yaitu halal, higienes, dan berkualitas, sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Saran

1. Produk botan mackerel dari CV. Anugrah Jaya Persada harus mempertahankan kualitas produknya sehingga minat beli konsumen untuk selalu membeli produk botan mackerel semakin bertambah dan membuat konsumen tertarik untuk terus mengkonsumsi produk tersebut.
2. Untuk penjualan agar lebih meningkatkan peneliti menyarankan untuk mengadakan promosi dan demo masak di semua supermarket agar produk Botan Mackerel ini bisa lebih dikenal dilingkungan masyarakat.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih dalam lagi terkait jenis kualitas produk yang paling berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain seperti efek *brand ambassador* atau *endorsement*, harga, iklan terhadap minat beli produk botan mackerel.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Mursidi. (2020). *Buku Ajar Pengantar Kewirausahaan*. Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha.
- Aswir, and H. M. (2018). Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan. *Photosynthetica* 2 (1), 1–13.
- Bula, T. P. L. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam* 5 (1), 31–439.
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk*.
- Fernandes, H. P. (2014). *Pengaruh Produk Terhadap Minat Beli Konsumen*. 139.
- Geraldine, Y. M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 71–82.
- Haqiqi, N., & Adji, W. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Perkebunan Andritani Farm Kabupaten Cianjur. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 717–729.
- Herydiansyah, G. M. C. and R. Pahlevi. (2019). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi : Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat* 1 (2), 84–89.
- hewanpedia.com. (n.d.). *jenis jenis ikan sarden laut*.
- Meylinda, M. V. (2017). Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop. *Skripsi*, 1–63.
- Moko, W., Basuki, A., & Risanto, Y. (2021). *Manajemen Kinerja: Teori dan Praktik*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Ofori, D. A. , P. A. L. M. R. J. P. C. S. P. S. W. K. et al. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Sarden Kemasan Kaleng. *Molecules* 2, 1, 1–12.

- Oki, Yuliani. (2015). Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Daya Tarik Dan Minat Beli Masyarakat Muslim. *Jurnal Manajemen*, 1–17.
- Pratama, F. A., Hanan, A., Alirahman, A. D., Ridwan, M., & Fauziah, F. (2021). Implementasi Marketing Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Al-Bahjah Mart Pusat Kabupaten Cirebon. *Ecopreneur : Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 2(2), 201. <https://doi.org/10.47453/ecopreneur.v2i2.46>.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–25.
- Saskia, D. F. (2021). *Efek Brand Ambassador Dan Label Halal Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Nameera Aquatic Botanical.*” *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
- Septian, J. D. W. and P. R. (2014). Pengetahuan Pelabelan Produsen Industri Rumah Tangga Pangan Di Kota Bogor Food Labeling Knowledge of Small-Medium Enterprises in Bogor. *Urnal Mutu Pangan 1 (2)*, 45–50.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313.
- Turmudi, M. (2017). Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam . *Islamadina 18 (1)*, 37.
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.