

KESESUAIAN KEMASAN DAN LABEL SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK COKELAT DI TAMAN TEKNOLOGI PERTANIAN NGLANGGERAN

Novia Rohmadoni ¹⁾ dan Endang Widayati ²⁾

¹⁾ Program Studi Agroteknologi Universitas Gunung Kidul

Corresponding Author : rohmadvia9@email.com

Recieved: 15-12-2025; Accepted: 25-12-2025; Published: 29-12-2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menilai kesesuaian kemasan dan label produk cokelat di Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran serta menganalisis pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan mixed methods melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner skala Likert pada 60 responden. Data kuantitatif dianalisis menggunakan uji asumsi klasik dan regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa kemasan dan label produk telah memenuhi standar BPOM terkait bahan, fungsi proteksi, kepraktisan, serta kejelasan informasi dan desain, meskipun uji migrasi bahan dan pencantuman nilai gizi belum dilakukan. Analisis menunjukkan kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien regresi 0,366 dan nilai signifikan $0,020 < 0,05$ menunjukkan bahwa kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk olahan cokelat, serta label dengan nilai koefisien regresi 0,222 dan nilai signifikan $0,013 < 0,05$ menunjukkan bahwa label terbukti memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Temuan menegaskan bahwa kesesuaian kemasan dan label tidak hanya menjamin keamanan produk tetapi juga memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keterbatasan penelitian ini terletak pada belum dilakukannya uji laboratorium terhadap kemasan untuk mengidentifikasi potensi migrasi zat kimia ke dalam produk pangan, sehingga analisis aspek keamanan kemasan masih bersifat observasional.

Kata Kunci: Kemasan; label ; Keputusan Pembelian.

Abstract

This study aims to assess the suitability of chocolate product packaging and labels in Nglanggeran Agricultural Technology Park and analyze their influence on consumer purchasing decisions. The study used a descriptive method with a mixed methods approach through observation, interviews, documentation, and a Likert scale questionnaire on 60 respondents. Quantitative data were analyzed using classical assumption tests and multiple linear regression. The results show that product packaging and labels have met BPOM standards regarding materials, protective functions, practicality, and clarity of information and design, although material migration tests and inclusion of nutritional values have not been conducted. The analysis shows that packaging has a significant influence on purchasing decisions with a regression coefficient value of 0.366 and a significance value of $0.020 < 0.05$ indicating that packaging influences purchasing decisions for processed chocolate products, and labels with a regression coefficient value of 0.222 and a significance value of $0.013 < 0.05$ indicating that labels have been proven to influence consumer purchasing decisions. The findings confirm that the suitability of packaging and labels not only ensures product safety but also influences consumer purchasing decisions. The limitation of this research lies in the fact that laboratory tests have not been carried out on the packaging to identify the potential for chemical migration into food products, so that the analysis of packaging safety aspects is still observational.

Keywords: Buying Decision; Labels; Packaging.

A. PENDAHULUAN

Kakao (*Theobroma Cacao L.*) merupakan komoditas perkebunan tropis bernilai ekonomi tinggi yang dimanfaatkan sebagai bahan baku utama berbagai produk pangan, khususnya cokelat. Berdasarkan data International Cocoa Organization (ICCO), Indonesia menempati peringkat ketujuh produsen kakao dunia. Produksi biji kakao Indonesia pada tahun 2022 mencapai 650.612 ton, dengan kontribusi terbesar berasal dari Provinsi Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara, dan Sulawesi Selatan (BPS, 2023). (BPS, 2023). Selain itu, Provinsi D.I. Yogyakarta juga tercatat sebagai penghasil kakao dengan total produksi sebesar 1.820,66 ton pada tahun 2023, yang tersebar di Kabupaten Kulon Progo, Gunungkidul, Bantul, dan Sleman, dengan produksi tertinggi berasal dari Kabupaten Kulon Progo dan Kabupaten Gunungkidul. (BPS, 2021)

Dalam industri olahan cokelat biji kakao diolah menjadi pasta kakao (*cocoa mass*) dan lemak kakao (*cocoa butter*), yang nantinya menjadi komponen utama dalam berbagai jenis cokelat. (Subditspo, 2017). Kabupaten Gunungkidul memiliki potensi kakao yang cukup besar, khususnya di Kapanewon Patuk sebagai wilayah dengan produksi tertinggi, diikuti oleh Kapanewon Ponjong dan Karangmojo (BPS, 2021). Melimpahnya bahan baku kakao mendorong berkembangnya industri pengolahan cokelat, baik skala kecil maupun menengah. Salah satu pusat pengolahan cokelat di wilayah ini adalah Taman Teknologi Pertanian (TTP) Nglanggeran yang berada di bawah naungan Pemerintah Kabupaten Gunungkidul. TTP Nglanggeran berfungsi sebagai pusat inovasi dan pengembangan teknologi pertanian serta pengolahan hasil kakao, dengan proses produksi yang dikelola secara modern oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Putri Kencana. Produk yang dihasilkan meliputi cokelat batang, permen cokelat, minuman bubuk cokelat, dan berbagai olahan lainnya (TTP Nglanggeran, 2023). Dengan berbagai olahan diantaranya permen cokelat, cokelat batang, minuman instan bubuk cokelat, dodol cokelat dan olahan lainnya. Pengelolaan yang dilakukan secara modern mulai dari sortasi biji, pengukusan, penyangraian, pengupasan, pemastan, pengepresan, penggilingan hingga pengayakan sehingga menjadi produk-produk yang berkualitas. Kegiatan promosi melalui edukasi dan pelatihan bagi masyarakat dan pelajar mengenai teknologi pertanian dan pengolahan kakao serta menjalin kerja sama dengan berbagai

pihak untuk meningkatkan pemasaran produk (Santosa, 2021). Selain itu untuk meningkatkan pemasaran produk juga harus memperhatikan kemasan dan label yang digunakan sebagai pembungkus dan pemberi informasi mengenai produk.

Kemasan memiliki peran penting dalam industri makanan hal ini disebabkan karena peningkatan kesadaran konsumen mengenai kualitas produk termasuk aspek kemasan (Suriyah & Utamaningsih, 2023). Kemasan merupakan aspek penting dalam proses perencanaan suatu produk yang melibatkan perancangan desain serta pembuatan wadah atau pembungkus untuk suatu barang. Dalam pengemasan bahan pangan, penting untuk mempertimbangkan fungsi utama kemasan tersebut (Erviana & Nahdilah, 2017).

Proses pengemasan juga harus menyesuaikan peraturan yang berlaku sehingga dapat memastikan kemasan penggunaan kemasan tersebut. Peraturan yang diterapkan sebaiknya sesuai dengan regulasi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Indonesia. Peraturan BPOM RI No. 20 Tahun 2019 tentang kemasan pangan menetapkan standar keamanan kemasan untuk mencegah kontaminasi zat berbahaya ke dalam makanan yang dapat beresiko bagi kesehatan konsumen (BPOM, 2019). Label pada olahan makanan juga memiliki peran yang sangat penting. Label yang informatif dan akurat dapat membantu konsumen dalam melakukan penilaian produk yang diperlukan (Hasanah & Pambudi, 2023). Peraturan yang diterapkan sebaiknya harus sesuai dengan ketentuan yang ditentukan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 tahun 2018 mengenai label olahan pangan mengharuskan setiap produk pangan olahan yang berada dipasaran untuk mencantumkan informasi penting seperti nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih, tanggal produksi, tanggal kadaluwarsa, nomor izin edar, serta informasi relevan lainnya (BPOM, 2018).

Kemasan dan label yang sesuai akan memicu interaksi langsung dengan konsumen dan memberikan peran positif yang dapat mempengaruhi tindakan konsumen di tempat penjualan (Frandida, 2023). *Packaging* produk menjadi salah satu promosi yang baik dipasaran, kemasan tidak hanya menjadi wadah tetapi juga menjadi alat untuk mengkomunikasikan antara pembeli dan penjual. Juga desain kemasan perusahaan dapat meningkatkan nilai suatu produk dari sebuah elemen pendukung seperti nilai

merk atau branding (Septiyadi et al., 2021).

Penjualan produk olahan cokelat di Taman Teknologi Nglanggeran setiap bulannya mengalami fluktuasi yang naik turun dan berubah-ubah pada tahun 2024 mulai dari bulan Januari hingga Desember. Produk dengan penjualan tertinggi pada bulan Agustus mencapai 554 pcs. Namun, bulan September mengalami penurunan menjadi 483 pcs. Bulan Oktober mengalami penurunan menjadi 322 pcs dan di bulan November mengalami penurunan menjadi 272 pcs. Sedangkan pada bulan Februari produk tidak terjual sama sekali. Penurunan dan kenaikan yang terdapat pada penjualan produk dapat dipengaruhi dari berbagai faktor persaingan produk sejenis, faktor musiman, faktor perubahan tren konsumsi wisatawan ataupun faktor pada kemasan dan label produk itu sendiri yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Handayani et al., 2020). Keputusan pembelian konsumen merupakan hasil dari berbagai faktor termasuk harga, kualitas, merk, dan kemasan. Menurut Kolter dan Keller (2012) keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor dalam seperti preferensi serta pengalaman sebelumnya, juga faktor luar seperti strategi pemasaran dan daya tarik produk. Dalam makanan, kemasan menjadi faktor pertama yang menjadi daya tarik konsumen dan mempengaruhi preferensi terhadap kualitas produk sebelum mereka mencicipinya (Dinawan, 2016)

Penelitian oleh Sari & Fathoni (2022) menunjukkan bahwa pilihan akhir yang diambil oleh konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk olahan dipengaruhi oleh kualitas dan nilai tambah dari kemasan serta label yang berdampak terhadap pendapatan pelaku usaha. Kemasan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pembelian konsumen dimana aspek desain, warna dan material kemasan berkontribusi dalam meningkatkan minat beli produk (Suriah & Utamaningsih, 2023). Sementara itu, label pangan olahan menurut Adiharyanto dan Zuhi (2015) menyatakan bahwa label memiliki pengaruh pada keputusan pembelian produk coca-cola (Hasanah & Pambudi, 2023).

Merujuk pada uraian sebelumnya, penelitian ini dipandang penting untuk dilakukan karena akan memberikan wawasan baru mengenai kesesuaian kemasan dan label pangan olahan cokelat yang digunakan di Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran, Kabupaten Gunungkidul dengan peraturan BPOM No. 20 Tahun 2019

mengenai kemasan dan BPOM No. 31 Tahun 2018 mengenai Label Pangan Olahan. Serta mengetahui pengaruh kemasan dan label produk olahan coklat di Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran, Kabupaten Gunungkidul terhadap keputusan pembelian oleh konsumen yang berkunjung ataupun melihat dari media sosial lainnya.

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed methods*, yaitu menggabungkan data kualitatif dan kuantitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara menyeluruh terhadap suatu fenomena atau kondisi tertentu. (Sugiyono, 2019). Penelitian ini penggabungan data kualitatif dan kuantitatif untuk memberikan gambaran yang utuh mengenai kesesuaian kemasan dan label produk coklat serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Penelitian kualitatif digunakan untuk mengamati kesesuaian kemasan dan label berdasarkan ketentuan BPOM, sedangkan penelitian kuantitatif digunakan untuk mengukur pengaruh variabel kemasan dan label terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian dilaksanakan di Taman Teknologi Pertanian (TTP) Nglanggeran, Gunungkidul, yang dipilih secara *purposive* karena lokasi tersebut menjadi pusat produksi dan penjualan olahan coklat. Waktu pelaksanaan berlangsung pada Oktober 2024 - Januari 2025. Sumber data penelitian meliputi data primer, diperoleh melalui observasi langsung, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada pengunjung; serta data sekunder, yang berasal dari dokumen, literatur, dan publikasi resmi yang relevan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung TTP Nglanggeran pada November 2024 sebanyak 100 orang. Sampel diambil sebesar 60% dari populasi, yaitu 60 responden, melalui teknik *purposive sampling* dengan kriteria pengunjung yang pernah membeli atau berinteraksi dengan produk olahan coklat. Pemilihan sampel ini mengacu pada proporsi yang sudah disarankan oleh Sugiyono (2019) sampel yang diambil dapat dari populasi berkisar antara 30% hingga 50% atau lebih, tergantung pada efisiensi waktu, tenaga dan biaya penelitian. Variabel yang dianalisis terdiri atas variabel bebas yaitu kemasan dan label olahan pangan dan variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Pengumpulan data kualitatif dilakukan melalui

observasi, wawancara, dan dokumentasi. Menurut Sugiyono (2019), analisis deskriptif kualitatif dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data merupakan proses seleksi, pemusatan perhatian, serta penyederhanaan data hasil pengumpulan di lapangan agar analisis terfokus pada informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Penyajian data dilakukan dengan menyusun data secara sistematis dalam bentuk narasi deskriptif, tabel checklist, dan dokumentasi visual untuk memudahkan pemahaman terhadap temuan penelitian. Penarikan kesimpulan dilakukan melalui interpretasi data yang telah disajikan guna memperoleh simpulan yang valid dan sesuai dengan fokus penelitian.

Data kuantitatif diperoleh melalui kuesioner menggunakan Skala Likert 4 poin penggunaan ini didasari agar mendorong responden agar mengambi sikap cenderung positif (setuju) dan negative (Tidak Sangat Setuju) tanpa memilh jawaban tengah (Netral) (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini kuesioner dengan skala likert tang digunakan yaitu Sangat Tidak setuju (1 poin); Tidak Setuju (2 poin); Setuju (3 poin) dan sangat setuju (4 poin).

Instrumen penelitian diuji melalui uji validitas menggunakan korelasi Product Moment Pearson dengan signifikansi α sebesar 5% dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dimana nilai instrument dikatakan rliabel jika $> 0,6$ (Soesana et al., 2023). Data Kuantitatif dianalisis menggunakan SPSS melalui uji asumsi klasik, menurut Wahyuni (2020) uji asumi klasik untuk memastikan model regresi memenuhi syarat statistik sehingga hasilnya valid dan akurat pengujiannya meliputi normalitas untuk memeriksa apakah residual berdistribusi normal jika $\text{sig} > 0,05$; multikolinearitas Mengidentifikasi hubungan kuat antar variabel independen; model bebas multikolinearitas jika $\text{VIF} < 10$ dan $\text{Tolerance} > 0,1$; heteroskedastisitas menilai kestabilan varian residual serta model baik ketika scatterplot tidak menunjukkan pola heteroskedastisitas; dan autokorelasi memastikan residual antar pengamatan tidak berkorelasi jika nilai Durbin-Watson berada pada rentang $dU < DW < 4 - dU$. serta analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh kemasan dan label terhadap keputusan pembelian.

Tahap akhir metode mixed methods dilakukan dengan mengintegrasikan hasil analisis kualitatif dan kuantitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih

komprehensif mengenai kesesuaian kemasan dan label sekaligus melihat sejauh mana keduanya berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Creswell & Plano Clark, 2018)

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini memperoleh data melalui penyebaran kuesioner penelitian kepada 60 responden yang memiliki pengalaman berkunjung ke Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran. Dengan mayoritas berkunjung adalah perempuan. Hal ini memperlihatkan bahwa perempuan sering dalam melakukan pembelian dan berkunjung. Dengan jenis pekerjaan yang banyak berkunjung adalah mahasiswa/pelajar. Hal ini sesuai dengan tujuan berdirinya Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran yaitu menjadikan kawasan Nglanggeran sebagai wilayah pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi pada bidang pertanian yang lebih modern, unggul, dan berkelanjutan.

1. Kesesuaian Kemasan Produk Cokelat Berdasarkan Peraturan BPOM RI No. 20 Tahun 2019

Dari hasil wawancara diringkas dalam tabel berikut:

Tabel 1. Observasi kesesuaian kemasan berdasarkan BPOM No. 20 tahun 2019

No	Aspek yang Dinilai	Hasil Observasi	Kesesuaian
1	Kesesuaian bahan kemasan	Menggunakan bahan kemasan pangan yang aman dan umum, seperti aluminium foil, plastik food grade, dan karton.	Sesuai
2	Keamanan bahan kemasan	Tidak berbau dan tidak mudah rusak, namun belum dilakukan uji batas migrasi bahan kemasan..	Kurang Sesuai
3	Fungsi proteksi produk	Kemasan melindungi produk dari udara dan kelembapan sehingga mutu dan daya simpan terjaga.	Sesuai
4	Praktis dan fungsional	Kemasan mudah dibawa, disimpan, dan digunakan oleh konsumen	Sesuai

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2025

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan produk olahan cokelat di Taman

Teknologi Pertanian Nglanggeran telah memenuhi sebagian besar komponen yang disyaratkan dalam Peraturan BPOM RI No. 20 Tahun 2019 tentang kemasan pangan. Kemasan yang digunakan tersusun dari bahan *food grade* berupa plastik dan *aluminium foil* yang umum digunakan untuk menjaga mutu pangan, terutama pada produk yang peka terhadap cahaya dan udara. Kemasan tersebut berfungsi melindungi produk dari kontaminasi serta menjaga stabilitas rasa dan aroma selama masa penyimpanan melalui tiga aspek, yaitu kesesuaian bahan kemasan yang tidak bereaksi dengan pangan, kemampuan kemasan dalam memberikan perlindungan fisik dan kimia, serta kepraktisan kemasan untuk distribusi dan penggunaan konsumen.

Meskipun demikian, penelitian ini menemukan bahwa pengujian migrasi bahan kemasan belum dilakukan oleh produsen, sehingga keamanan kemasan pada aspek migrasi kimia belum dapat dipastikan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemenuhan standar BPOM masih belum optimal karena peraturan mengharuskan bahan kemasan dinyatakan aman melalui uji migrasi total maupun spesifik. Dengan demikian, kesesuaian kemasan pada produk coklat Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran sudah baik, namun masih memerlukan peningkatan pada aspek uji laboratorium untuk memastikan keamanan bahan dalam jangka panjang

2. Kesesuaian Label Produk Berdasarkan Peraturan BPOM RI No. 31 Tahun

2018

Dari hasil wawancara diringkas dalam tabel berikut:

Tabel 2. Observasi label dengan peraturan BPOM RI No. 31 tahun 2018

No.	Aspek yang dinilai	Hasil observasi	kesesuaian
1	Nama produk	Nama produk tercantum jelas pada kemasan.	Sesuai
2	Daftar bahan	Daftar bahan tercantum, namun tanpa keterangan persentase.	Kurang Sesuai
3	Berat bersih	Berat bersih dicantumkan dengan jelas dan mudah dibaca.	Sesuai
4	Nama dan Alamat	Informasi produsen lengkap dan dapat ditelusuri.	Sesuai
5	Nomor Izin Edar	Produk telah memiliki nomor izin edar P-IRT.	Sesuai
6	Tanggal dan kode produksi	Tanggal dan kode produksi	Sesuai

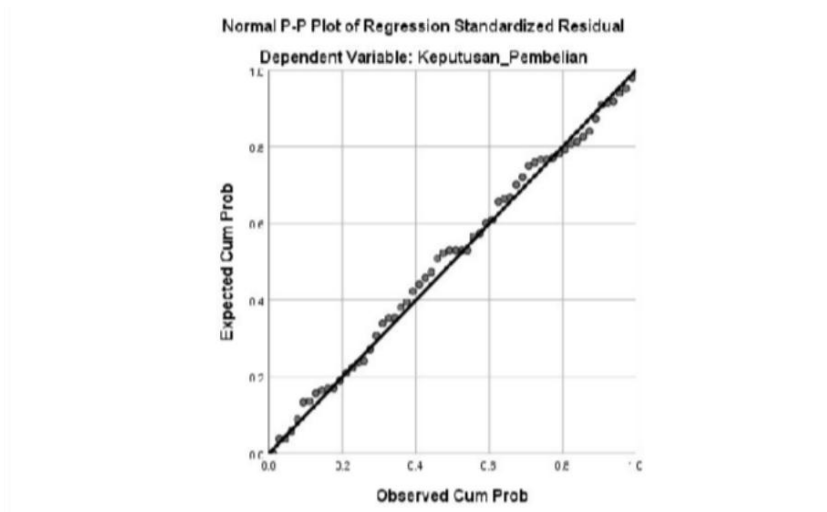
7	Tanggal kedaluwarsa	Informasi kedaluwarsa dicantumkan secara jelas.	Sesuai
8	Informasi Nilai Gizi	Informasi Nilai gizi belum dicantumkan	Tidak Sesuai
9	Logo halal	Logo halal dicantumkan dengan jelas pada kemasan.	Sesuai
10	Keterangan asal bahan tertentu	Tidak terdapat bahan tertentu yang perlu keterangan khusus.	Sesuai

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2025

Label pangan pada produk cokelat Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran telah memuat beberapa informasi penting yang diwajibkan BPOM, meliputi nama produk, komposisi, berat bersih, identitas produsen, informasi kedaluwarsa, nomor P-IRT, dan keterangan halal pada sebagian produk. Keberadaan informasi ini memberikan kepastian bagi konsumen terkait kejelasan dan keamanan produk yang dikonsumsi. Namun penelitian juga menunjukkan bahwa informasi nilai gizi belum dicantumkan, sehingga tidak sepenuhnya memenuhi ketentuan BPOM mengenai kewajiban pencantuman informasi nutrisi. Keterangan nilai gizi menjadi elemen penting terutama pada produk yang berpotensi dikonsumsi anak-anak, konsumen dengan diet khusus, serta mereka yang memperhatikan kandungan gula dan lemak cokelat.

3. Pengaruh Kemasan dan Label Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Hasil Uji Normalitas menurut Wahyuni, (2020) berpendapat bahwa normalitas data dapat diuji melalui *normal probability plot*. Model regresi memenuhi asumsi normalitas apabila data menyebar di sekitar dan mengikuti garis diagonal, sedangkan penyimpangan jauh dari garis tersebut menunjukkan asumsi normalitas tidak terpenuhi.



Gambar 1 Normal Probability Plot

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2025

Hasil pada Gambar 1 menunjukkan data mengikuti garis diagonal sehingga memenuhi asumsi normalitas, yang diperkuat oleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05, sehingga data dinyatakan berdistribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Standardized Residual</i>
N		60
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	.98290472
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.059
	<i>Positive</i>	.038
	<i>Negative</i>	-.059
<i>Test Statistic</i>		.059
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2025

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas

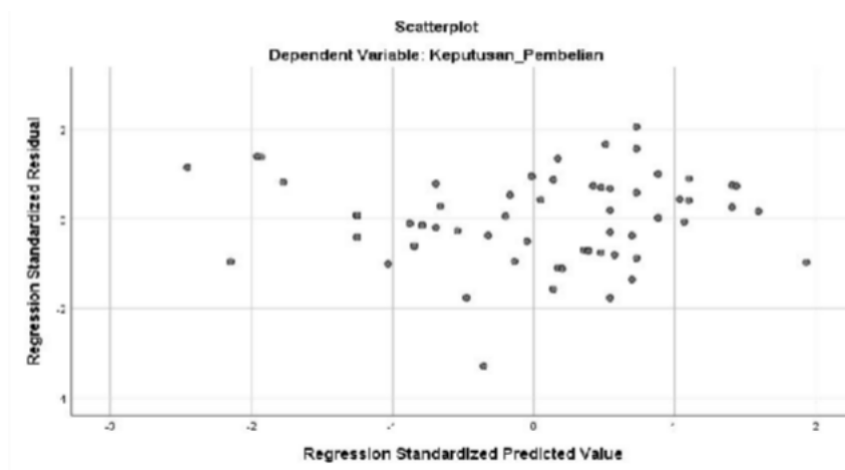
Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Coefficients^a</i>		<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Standardized Coefficients</i>	<i>Beta</i>			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>

1	(Constant)	7.854	3.041		2.582	.012		
	Kemasan	.335	.167	.263	2.008	.049	.822	1.217
	Label	.184	.093	.260	1.979	.053	.822	1.217

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2025

Nilai Tolerance sebesar 0,822 dan VIF sebesar 1,217 menunjukkan bahwa seluruh variabel berada dalam batas yang diperbolehkan nilai Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas.



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas
 Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil pengamatan pada Gambar 4.8 terlihat bahwa titik-titik grafik tersebar secara acak, juga tidak membentuk pola tertentu yang jelas, dan tersebar di atas dan dibawah angka 0. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Tabel 5 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.505 ^a	.255	.229	1.87424	2.253

a. Predictors: (Constant), Label, Kemasan

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2025

Nilai Durbin–Watson sebesar 2,087 berada di antara batas atas (dU = 1,6518) dan (4 – dU = 2,4856), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami autokorelasi. Hal ini menunjukkan bahwa residual bersifat acak dan model

memenuhi asumsi autokorelasi dalam regresi linier berganda.

Hasil uji regresi dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.427	2.976		2.160	.035		
Kemasan	.366	.152	.296	2.402	.020	.862	1.160
Label	.222	.087	.315	2.555	.013	.862	1.160

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2025

Dengan persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = 6,427 + 0.366X_1 + 0.222X_2 + e$$

Penjelasan dari persamaan tersebut sebagai berikut nilai konstanta menunjukkan bahwa keputusan pembelian berada pada angka 6,427 ketika variabel kemasan dan label dalam kondisi tetap. Koefisien kemasan sebesar 0,366 dan koefisien label sebesar 0,222, keduanya bernilai positif, mengindikasikan bahwa peningkatan pada kualitas kemasan maupun kelengkapan label akan meningkatkan keputusan pembelian. Selain itu, nilai signifikansi variabel kemasan (0,020) dan label (0,013) berada di bawah 0,05, sehingga kedua variabel terbukti berpengaruh signifikan dan seluruh hipotesis alternatif diterima.

4. Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 60 responden pengunjung Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran pada November 2024 yang dipilih melalui purposive sampling, yaitu pengunjung yang pernah melakukan pembelian atau kunjungan langsung. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (63,33%) dan didominasi oleh pelajar/mahasiswa (65%), yang sejalan dengan tujuan Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran sebagai pusat pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pertanian.

Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar aspek kemasan telah sesuai dengan BPOM RI No. 20 Tahun 2019, meskipun pengujian zat migrasi belum dilakukan. Kemasan berperan penting dalam menjaga keamanan, mutu, dan umur simpan pangan dengan melindungi produk dari faktor eksternal seperti oksigen, kelembapan, cahaya, dan

kerusakan fisik (Lukito & Indriani, 2020). Regulasi BPOM menegaskan bahwa kemasan pangan harus aman dan tidak melepaskan zat berbahaya guna menjamin keamanan pangan selama penyimpanan hingga konsumsi.

Kemasan produk cokelat di Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran menggunakan retort pouch berbahan aluminium foil dan polyethylene untuk minuman instan, serta aluminium foil dan kertas metalik foil untuk permen dan cokelat batang, dengan kemasan tersier berbahan PVC dan karton. Retort pouch dinilai efektif dalam menjaga kestabilan fisik dan kimia produk serta melindungi dari oksigen dan cahaya (Rahmawati & Handayani, 2021). Aluminium foil juga terbukti mampu memperpanjang umur simpan dan mempertahankan mutu cokelat dengan menekan reaksi oksidasi lemak (Lubis, 2023).

Meski PVC memiliki kekuatan dan fleksibilitas yang baik, penggunaannya perlu perhatian khusus karena potensi migrasi zat aditif berbahaya (Putri & Darmawan, 2020). Namun, berdasarkan observasi visual, kemasan tidak menunjukkan indikasi kerusakan atau migrasi zat, sehingga dinilai aman dan sesuai dengan regulasi BPOM. Penilaian tanpa uji migrasi juga dilakukan pada penelitian sebelumnya dan tetap dianggap valid dalam konteks persepsi konsumen (Kartiko & Fanani, 2021).

Dari sisi pelabelan, sebagian besar informasi telah sesuai dengan BPOM RI No. 31 Tahun 2018, meliputi nama produk, berat bersih, identitas produsen, nomor izin edar, tanggal produksi dan kedaluwarsa, serta logo halal. Kekurangan ditemukan pada daftar bahan yang belum mencantumkan persentase dan tidak adanya informasi nilai gizi, sehingga aspek tersebut dinilai kurang sesuai, meskipun informasi gizi bersifat tidak wajib namun penting bagi konsumen tertentu.

Hasil kuesioner dan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kemasan koefisien 0,366 dan nilai sig. $0,020 < 0,05$ dan label koefisien 0,222 dan nilai sig. $0,013 < 0,05$ berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk cokelat. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa kemasan dan label berperan penting dalam membangun kepercayaan, daya tarik visual, dan keputusan pembelian konsumen (Salsabila et al., 2022).

Secara keseluruhan, kemasan dan label merupakan elemen visual dan informatif yang sangat menentukan keputusan pembelian produk olahan cokelat di Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa kemasan produk olahan cokelat di Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran sebagian besar telah sesuai dengan standar Peraturan BPOM mengenai kemasan pangan, namun belum dilengkapi dengan uji migrasi bahan kemasan yang diperlukan untuk memastikan keamanan kontak langsung antara kemasan dan pangan. Pada aspek label, sebagian informasi wajib telah dicantumkan, tetapi komponen nilai gizi belum tersedia sehingga informasi mengenai kandungan energi dan nutrisi belum dapat diakses oleh konsumen. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun kemasan dan label telah memenuhi sebagian besar ketentuan, masih terdapat unsur penting yang perlu dilengkapi untuk meningkatkan kualitas informasi pangan.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa kemasan dan label berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Kemasan memberikan pengaruh yang lebih kuat, sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,366 dengan nilai signifikansi 0,020 yang menunjukkan bahwa tampilan, bentuk, ukuran, dan ke higienisan kemasan menjadi faktor penting yang memengaruhi minat beli konsumen. Label berpengaruh signifikan dengan koefisien regresi sebesar 0,222 dan nilai signifikansi 0,013, yang berarti informasi yang lengkap, mudah dipahami, dan jelas pada label dapat meningkatkan keyakinan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Dengan demikian, kedua aspek tersebut terbukti menjadi elemen penting dalam memperkuat daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk cokelat yang dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pangan Nasional. (2023). *Jaminan Keamanan dan Mutu Pangan Nasional*. (Diakses 3 Februari 2025). <https://badanpangan.go.id/>
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2018). Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2019). Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 20 Tahun 2019 Tentang kemasan pangan.

- Badan Pusat Statistik Prov.D.I.Yogyakarta. (2024). *penghasil tanaman perkebunan Prov. D.I.Y. Bps-Prov.D.I.Yogyakarta*. (Diakses 15 Januari) <https://yogyakarta.bps.go.id/>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2023). Statistik Kakao Indoneisa. (Diakses 15 Januari 2025) <http://scioteca.caf.com>
- Badan Pusat Statistik Gunungkidul. (2021). Produksi Perkebunan Menurut Kecamatan (Ton) 2019. <https://gunungkidul.bps.go.id>
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing And Conducting Mixed Methods Research* (3rd ed). Tousand Oaks, CA: SAGE Publication.
- Dewi, A. R. (2022). Evaluasi Hasil Kesesuaian Label Pangan Di Kemasan Umkm Amplang H.Aluh Anga Kalimantan Tengah Kab.Sukamara. *Teknologi Pangan*.Laporan Kerja Praktek:Universitas Ahmad Dahlan.
- Dinawan, M. R. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 9(3), 335–369.
- Erviana, D., & Nahdlah, Z. (2017). Variasi Bentuk Dan Kemasan Produk Olahan Cokelat Sebagai Daya Tarik Konsumen Untuk Meningkatkan . *Sains Terapan Pariwisata*, 2(1).63-57.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarsih, C. M., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. 2(1), 69–72.
- Handayani, R., Yulianingsih, T., & Suryani, E. (2020). Pengaruh Kemasan dan Label terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan. *Ilmu Dan Teknologi Pangan*, 4(1), 101–108.
- Hasanah, U., & Pambudi, B. S. (2023). Pengaruh Kemasan dan Label terhadap Keputusan Pembelian. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 14(6). <https://journal.ikopin.ac.id>
- Kotler, Philip, & Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta:Person Education.
- Kresna, K. (2020). *Product Packaging*. NAMAHA. <https://konsultasiskripsi.com> Lukito, P. K., & Indriani, R. (2020). Pedoman Implementasi Peraturan Badan POM No. 20 Tahun 2019 Tentang Kemasan Pangan. In *Badan Pengawas Obat dan Makanan RI*. <http://scioteca.caf.com>

- Marwati, T., Lesmaningsih, A., & Titiek. Farianti Djaafar. (2019). Kajian Teknologi Pengemasan Bubuk Dan Permen Cokelat Di TTP Nglanggeran Yogyakarta. *Jurnal Agroindustri*, 3(1), 1–8.
- Mehta, R. C., & Patel., R. N. (2015). IBM SPSS Exact Tests. In *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net/publication/265357333>
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Harfa Creatine.
- Balai Pengkaji Teknologi Pertanian Yogyakarta. (2023). *Profil TTP Nglanggeran*. (Diakses 25 Februari). <https://chogerttp.wixsite.com>
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Indonesia. (2025). *Direktorat Standarisasi Pangan Olahan Badan Pengawas Obat Dan Makanan*. Badan POM. <https://standarpangan.pom.go.id/>
- Pramudya, A. (2024). Memahami Kemasan Produk: Pengertian, Fungsi, dan Manfaat. *Mekar Jurnal* (Diakses 8 Maret 2025). <https://www.jurnal.id>
- Putri, R., & Anindyajati, G. (2021). Pengaruh Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Produk Camilan. *Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 45–54.
- Rahmad, H. (2021). Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman “Xiboba” Dikalangan Generasi Milenial. *Manjemen*. Pekanbaru:Universitas Islam Riau
- Salsabila, A. R., Pramudyo, H., & Rachmawati, D. (2022). Konsistensi Label Produk dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen. *Riset Konsumen Dan Pemasaran*, 6(1), 45–52.
- Santosa, A. B. (2021). Analisis Parameter Fisik Biji Kakao Hasil Proses Fermentasi Di Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran, Gunungkidul. Laporan Kuliah Lapang. Yogyakarta:Universitas Ahmad Dahlan.
- Sari, M. A., & Fathoni, M. A. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Nilai Tambah Terhadap Keputusan Pembelian Hasil Pertanian Olahan. *Jurnal Agribisnis Dan Pemasaran Hasil Pertanian*, 1(10), 45–52.
- Septiyadi, A. L., Made, I., & Dirgantara, B. (2021). Pengaruh Atribut Kemasan (Packaging) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Emina. *Diponegoro Journal of Management*, 10(4), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id>
- Setyowati, L. (2023). *Analisis Parameter Fisik Biji Kakao Hasil Proses Fermentasi Di Taman Teknologi Pertanian*. Laporan Kerja Praktek. Yogyakarta:Universitas Ahmad Dahlan.
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., &

Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta:Yayasan Kita Menulis