

**PERILAKU KONSUMSI PRODUK HALAL PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM (FEBI) IAIN BENGKULU**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.)**

OLEH :

ZUL FIKRI
NIM : 1711130129

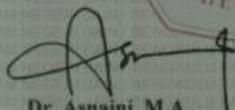
**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTASEKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2021 M/1443 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Zul Fikri dengan judul "Perilaku Konsumsi Produk Hatal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu", Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan disepakati sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 28 Juli 2021 M
18 Dzulhijjah 1442 H

Pembimbing I



Dr. Asnaini, M.A.
NIP. 197304121998032003

Pembimbing II



Herlina Yustati, MA., Ek.
NIP. 198505222019032004



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu”, oleh Zul Fikri NIM.1711130129, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 30 Juli 2021 M / 20 Dzulhijjah 1442 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dapat diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 25 Agustus 2021 M
16 Muharram 1443 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Eka Sri Wahyuni, M.M
NIP. 197705092008012014

Penguji I

Eka Sri Wahyuni, M.M
NIP. 197705092008012014

Sekretaris

Herlina Yustati, MA., Ek
NIP. 198505222019032004

Penguji II

Aan Shari, S.E., M.M
NIP. 198908062019031008

Mengetahui
Plt. Dekan,

Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul "Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu", adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 28 Juli 2021 M
18 Dzulhijjah 1443 H

Yang menyatakan



Zul Fikri
NIM. 1711130129

MOTTO

“Dunia itu memang tempatnya capek. Barang siapa yang tidak ingin capek semasa hidup di dunia, maka mati saja”

“Bekerjalah seolah-olah kamu hidup selamanya. Beribadahkan kamu sebanyak-banyaknya seolah-olah kamu mati besok”

“Allah SWT tidak akan membebani hambanya sesuai kemampuannya”

(Al-Baqarah:286)

PERSEMBAHAN

Puji syukur beriring do'a dengan hati yang tulus kupersembahkan karya sederhana ini yang telah kuraih dengan suka, duka, dan air mata serta rasa terima kasih yang setulus-tulusnya untuk orang-orang yang kusayangi dan kucintai serta orang-orang yang telah mengiringi keberhasilanku:

1. Kedua orang tuaku, adik-adikku yang bernama Khairun Nisa dan Fachrur Rozi Alfadhli yang tercinta, yang selalu mendoakanku, mendukungku dalam segala hal baik, selalu mencurahkan kasih sayang dan perhatian, serta memberikanku motivasi demi tercapainya keberhasilanku. Semoga ini menjadi langkah awalku untuk membuat Bapak dan Ibu bahagia. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan merahmati kalian.
2. Seluruh keluarga besarku yang telah memberikan semangat maupun dukungan selama aku menempuh pendidikan.
3. Sahabat-sahabatku, Annisah Monica Juliyanti, Rheesty Illahyana, Lupi Ayu Lestari, Yustika Apriani, Lisa Nurlaila, Adestines Ariaswara, Wira Darga, dan Owen Rinaldi yang selalu memberikan doa, semangat, dan bantuannya, telah menemani, dan memberikan suka duka selama ini.

4. Teman-teman seperjuanganku EKIS D angkatan 2017 yang telah memberikan canda tawa, bantuan, semangat, dan suka duka selama masa perkuliahanku.
5. Seluruh teman-teman yang tidak dapat aku sebutkan satu persatu, terima kasih atas doa, dukungan, dan semangat yang telah kalian berikan.
6. Agama dan almamater IAIN Bengkulu, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang telah menempahku.

Terimalah ini sebagai bukti kasihku pada kalian yang telah memberikan doa, dorongan, semangat, motivasi, pengorbanan dan kesabaran dalam setiap jalanku selama menempuh pendidikan ini.

ABSTRAK

Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu

oleh Zul Fikri, NIM. 1711130129

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumsi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dalam membeli produk halal. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif berdasarkan jenis data primer melalui *google form* dengan sampel 132 mahasiswa IAIN FEBI Bengkulu. Data tersebut diolah dengan analisis data deskriptif. Berdasarkan hasil dari analisis data deskriptif, diperoleh hasil bahwa tanggapan terbanyak mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu membeli produk halal dengan memperhatikan label halal MUI pada kemasan, sedangkan tanggapan terendah pada tempat penjualan produk tidak begitu diperhatikan. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu sangat memperhatikan label halal MUI sebelum membeli suatu produk.

Kata Kunci: *Produk Halal, Perilaku Konsumen, Mahasiswa.*

ABSTRACT

Consumption Behavior of Halal Products in Students of the Islamic Economics and Business Faculty (FEBI) IAIN Bengkulu

by Zul Fikri, NIM. 1711130129

This study aims to determine the consumption behavior of students of the Islamic Economics and Business Faculty (FEBI) IAIN Bengkulu in buying halal products. This study uses a quantitative approach based on the type of primary data through google form with a sample of 132 students of IAIN FEBI Bengkulu. The data is processed by descriptive data analysis. Based on the results of descriptive data analysis, it was found that the most responses from the students of the Faculty of Economics and Islamic Business (FEBI) IAIN Bengkulu bought halal products by paying attention to the MUI halal label on the packaging, while the lowest response was at the point of sale of the product not so much attention. This shows that students of the Islamic Economics and Business Faculty (FEBI) IAIN Bengkulu are very concerned about the MUI halal label before buying a product..

Keyword: Halal Product, Consumer Behavior, College Student.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan Artikel Ilmiah yang berjudul “Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu”. Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan pada junjungan kita Nabis besar Muhammad SAW yang menjadi uswatun hasanah bagi kita semua. Aamiin.

Penyusunan Artikel Ilmiah ini untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu. Dalam proses penyusunan Artikel Ilmiah ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih teriring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, kepada:

1. Dr. KH. Zulkarnain Dali, M.Pd selaku Plt Rektor IAIN Bengkulu yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di kampus hijau tercinta.
2. Dr. Asnaini, MA. selaku Plt Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, yang telah sabar dalam mendidik selama proses pembelajaran.

3. Desi Isnaini, MA. selaku Plt Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, yang telah memotivasi dan membagikan ilmunya.
4. Eka Sri Wahyuni, MM, selaku Plt Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, yang telah mengarahkan selama berkuliah di Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Dr. Asnaini, MA, selaku Pembimbing I yang telah memberikan ilmu dan waktunya selama mengerjakan Tugas Akhir ini.
6. Herlina Yustati, M.Ak, selaku Pembimbing II yang telah sabar dalam membimbing dan selalu memotivasi selama proses bimbingan.
7. Kedua orang tuaku yang selalu mendoakan dan mendukungku dalam menempuh pendidikan.
8. Bapak/Ibu dosen beserta Pengelola dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, yang telah memberikan pengetahuan, bimbingan, dan pelayanan dengan baik.

Dalam penyusunan artikel ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis kedepannya.

Bengkulu, 25 Agustus 2021 M
16 Muharram 1443 H

Penulis,

Zul Fikri
NIM. 1711130129

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian.....	4
E. Penelitian Terdahulu	5
F. Sistematika Penulisan	8

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori	
1. Teori Produk Halal	10
2. Teori Perilaku Konsumsi dalam Perspektif Islam	22
B. Kerangka Teori.....	50

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	52
B. Lokasi Penelitian.....	53
C. Informan Penelitian.....	53
D. Sumber Data.....	55

E. Teknik Pengumpulan Data.....	55
F. Teknik Analisis Data.....	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	
1. Jenis Kelamin	58
2. Usia.....	59
B. Hasil Penelitian	59
C. Pembahasan.....	61

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	: Nilai atau Skor Penilaian Kuesioner	56
Tabel 4.1	: Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	58
Tabel 4.2	: Jumlah Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3	: Tanggapan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu Terhadap Pembelian Produk Halal.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Teori	51
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Penunjukkan Dosen Pembimbing

Lampiran 2 : Lembar Bimbingan Pembimbing 1

Lampiran 3 : Lembar Bimbingan Pembimbing 2

Lampiran 4 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 5 : Lembar Saran Penguji 1

Lampiran 6 : Lembar Saran Penguji 2

Lampiran 7 : *Letter Of Acceptance* (LOA)

Lampiran 8 : Halaman Persetujuan Pembimbing

Lampiran 9 : Tabulasi Data

Lampiran 10 : Jurnal yang Telah Terbit

Lampiran 11 : Foto Tanggapan Responden di Google Form

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kondisi pasar saat ini dimana konsumen dihadapkan pada begitu banyak pilihan produk yang variatif sehingga konsumen memiliki kekuatan yang sangat besar dalam menentukan pilihannya. Khususnya pada lini makanan dan minuman, dimana semakin banyak jenis dan merek yang beredar di pasaran.¹ Konsumen pun semakin jeli dan kritis dalam memilih makanan dan minuman yang ada. Sebagai konsumen muslim yang baik, tentu saja makanan dan minuman yang halal yang menjadi pilihan paling tepat untuk dikonsumsi. Makanan dan minuman yang halal tidak hanya dilihat dari adanya label halal MUI saja, namun dapat dilihat dari bahan yang digunakan ataupun dari masa kedaluwarsa produk tersebut. Pengetahuan mengenai kehalalan suatu produk seharusnya menjadi tanggung jawab antar ummat Muslim, baik dari kalangan anak-anak, orang tua, dan mahasiswa. Dalam hal ini, salah satu yang mampu

¹ Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam", Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016 h 94

menghantarkan ilmu pengetahuan mengenai produk halal adalah dunia pendidikan, adalah perguruan tinggi.²

Khususnya di kota Bengkulu terdapat Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri. Mahasiswa pada perguruan tinggi tersebut menjadi ikon di tengah-tengah masyarakat dalam mengkonsumsi produk halal. Karena, sebagai perguruan tinggi yang berbasis agama, menjadi daya tarik penulis untuk melihat perilaku konsumsi pada produk halal. Penulis memilih objek penelitian yaitu Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.

Dalam penelitian ini penulis tefokus pada produk halal makanan karena produk makanan yang bersertifikat adalah persyaratan bagi Muslim sebagai bagian dari kewajiban agama. Mengkonsumsi produk halal terutama makanan merupakan kegiatan yang mutlak dan tidak dapat ditawar lagi. Allah SWT telah menyediakan ummat manusia dengan sangat banyak makanan yang halal daripada makanan yang haram.³ Pada Quran Surat Al Baqarah ayat 173 dan Surat Al Maidah ayat 3 telah dijelaskan tentang produk makanan halal dan haram. Yang artinya: “Allah SWT telah mengharamkan bangkai, darah, daging babi, dan binatang (daging hewan) yang ketika disembelih disebut (nama) selain Allah.”

² Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam", Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016. h 98

³ Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam", Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016 h 112

Makanan halal dapat dilihat dari proses pemotongan, penyimpanan, penyajian, penyiapan, kesehatan, dan kebersihan.⁴ Selain makanan halal, juga diwajibkan mengkonsumsi makanan yang baik. Makanan yang baik tersebut seperti makanan yang belum kedaluwarsa.

Seiring berjalannya waktu, makanan halal yang bersertifikat halal juga dapat menandakan bahwa makanan tersebut memenuhi standar ketat dalam kebersihan dan sanitasi. Sertifikasi halal mengacu pada pengakuan resmi dari seluruh proses produksi ataupun distribusi serta praktik manajemen lainnya oleh badan resmi yang didirikan yaitu Majelis Ulama Indonesia (MUI).⁵

Penulis telah melakukan pengamatan, serta memberikan daya tarik bahwa beberapa mahasiswa dari Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang dikenal dengan perguruan tinggi berlandaskan agama Islam, tentu saja telah diberikan pengetahuan yang begitu dalam mengenai produk halal. Namun, pada kenyataannya di lapangan masih terdapat beberapa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang tidak begitu detail memperhatikan produk halal. Hal ini tentu menjadi daya tarik bagi peneliti untuk meneliti lebih

⁴ Nurul Huda, Hulmansyah, Nova Rini, *“Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal pada Kalangan Mahasiswa Muslim”*, *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 2, No. 2, 2018, h. 249

⁵ Setiawan, Hasbi Assidiki Mauluddi, *“Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung”*, *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol. 5, No. 2, 2019, h. 235

dalam terhadap perilaku konsumsi produk halal pada Bengkulu, mengingat mahasiswa yang berasal dari IAIN Bengkulu telah memperoleh informasi dan pembelajaran lebih banyak tentang produk halal.

B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat rumusan masalah yaitu, bagaimana perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan secara umum dalam penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan dan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 - a. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat sebagai tolak ukur dari wacana keilmuan yang selama ini penulis terima dan pelajari dari institusi pendidikan tempat penulis menuntut ilmu, khususnya di bidang

perilaku konsumsi dan produk halal di suatu institusi pendidikan.

- b. Dari khazanah keilmuan, hasil penelitian ini bermanfaat sebagai penambah ataupun pembanding teori-teori yang telah ada yang berkaitan dengan perilaku konsumsi dan produk halal di suatu institusi pendidikan.

2. Secara Praktis

Adapun kegunaan dan manfaat secara praktis adalah diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kalangan mahasiswa dan lapisan masyarakat luas terutama setiap orang yang ingin memperdalam ilmu Ekonomi Islam di setiap perguruan tinggi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

E. Penelitian Terdahulu

Kajian empiris yang berasal dari jurnal-jurnal nasional yang berkaitan dengan perilaku konsumen terhadap produk halal menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Penelitian Nurul Huda, Hulmansyah, dan Nova Rini tahun 2018 melakukan penelitian dengan menyebar kuesioner terhadap 150 responden. Tujuan penelitiannya adalah menguji faktor pengetahuan, sikap, norma subyektif, kendali perilaku, dan komitmen beragama terhadap perilaku melalui intensi untuk konsumsi produk halal. Hasil penelitiannya menunjukkan variabel pengetahuan, sikap, norma

subyektif, kendali perilaku, dan komitmen beragama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku melalui intensi untuk mengkonsumsi produk halal.⁶

Penelitian Dwiwiyati Astogini, Wahyudin, dan Siti Zulaikha Wulandari tahun 2011 melakukan penelitian di Kota Purwokerto yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian produk halal. Dengan menggunakan analisis regresi berganda menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen makanan dan minuman kemasan.⁷

Penelitian Mochammad Arif Budiman Mairijani, dan Nurhidayati tahun 2019 yang bertujuan untuk mengungkap persepsi dan perilaku konsumsi produk halal, terutama di kalangan karyawan Politeknik Negeri Banjarmasin. Dengan menggunakan metode survei dan teknik analisis regresi berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap produk halal relatif sudah tinggi sebagaimana ditunjukkan oleh tingkat pengetahuan tentang produk halal, persepsi terhadap

⁶ Nurul Huda, Hulmansyah, Nova Rini, *“Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal pada Kalangan Mahasiswa Muslim”*, *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 2, No. 2, 2018, h. 268

⁷ Dwiwiyati Astogini, Wahyudin, Siti Zulaikha Wulandari, *“Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang Labelisasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan)”*, *JEBA*, Vol. 13, No. 1, 2011, h. 7

keamanan produk halal, dan persepsi terhadap kesehatan produk halal.⁸

Penelitian Nurul Huda, Hulmansyah, dan Nova Rini tahun 2018 melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner terhadap 150 responden. Tujuan penelitiannya adalah menguji faktor pengetahuan, sikap, norma subyektif, kendali perilaku, dan komitmen beragama terhadap perilaku melalui intensi untuk konsumsi produk halal. Hasil penelitiannya menunjukkan variabel pengetahuan, sikap, norma subyektif, kendali perilaku, dan komitmen beragama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku melalui intensi untuk mengkonsumsi produk halal.⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Ali Rosidi, Tatik Musdianingwati, Agus Suyanto, Muh Yusuf, dan Enik Sulistyowati tahun 2018 bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pengetahuan dengan sikap mahasiswa dalam keputusan pembelian produk halal. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengetahuan mahasiswa tentang makanan halal berada pada

⁸ Mochammad Arif Budiman, Mairijani, Nurhidayati, *“Persepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim terhadap Produk Halal”*, ASBIS POLIBAN, Vol. 4, No. 1, 2019, h. 192

⁹ Nurul Huda, Hulmansyah, Nova Rini, *“Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal pada Kalangan Mahasiswa Muslim”*, Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 2, No. 2, 2018, h. 268

kategori paling sedang sebesar 40,2% dan sikap positif sebesar 53,6%.¹⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan dan Hasbi Assidiki Mauluddi tahun 2019 bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli makanan halal. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa faktor religiusitas merupakan faktor yang signifikan dalam mempengaruhi konsumen dalam membeli produk halal. Sedangkan faktor lain seperti kesadaran halal, sertifikasi halal, dan kepercayaan tidak berpengaruh.¹¹

F. Sistematika Penulisan

BAB I : Bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah yang menjadi alasan penulis dalam melakukan penelitian. Kemudian berisikan rumusan masalah, tujuan penelitian, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II : Bab kajian teori yang terdiri dari kajian teori dan kerangka teori.

¹⁰ Ali Rosidi dkk, "Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Produk Halal", Jurnal Gizi UNIMUS, Vol. 7, No. 2, 2018, h. 46

¹¹ Setiawan, Hasbi Assidiki Mauluddi, "Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung", At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, Vol. 5, No. 2, 2019, h. 242

- BAB III** : Bab metode penelitian yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, informan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.
- BAB IV** : Bab hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.
- BAB V** : Bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Teori Produk Halal

Manusia diciptakan sebagai makhluk yang paling “baik” dan “indah”. Diberikannya makan untuk yang pertama kali sejak ia lahir dengan air susu Ibu yang telah diproses dari berbagai cairan dan darah yang ada dalam tubuh sang Ibu. Sehingga menjadi minuman yang segar dan bersih. Dia dilindungi dengan berbagai makanan yang sehat dan bersih. Sehingga ia dapat menghindari kelemahan dan kerusakan tubuh. Untuk menjaga tubuh dari kelemahan dan kerusakan, Allah juga memberikan batasanbatasan tertentu kepada hawa nafsunya agar tidak berbuat kekerasan dan kekejaman.¹²

Manusia ditekan dengan berbagai kewajiban yang telah ditetapkan oleh Allah agar mau mencari rizki yang halal. Dengan cara memerangi hawa nafsu itulah syetan yang suka mendekatinya untuk menggoda dan menyesatkan, niscaya

¹² Dwiyati Astogini , Wahyudin, & Siti Zulaikha Wulandari, “Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang Labelisasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan)”, JEBA, Vol.13, No.1, 2011. h 87

terselamatkan. Sebab syetan selalu berupaya menyusup ke berbagai pembuluh darah manusia, sehingga sulit bagi manusia mendapatkan rizki halal yang ada dan beredar di sekelilingnya, bila manusia tidak memberantas yang haram sampai ke akarakarnya.

Masalah halal dan haram begitu sentral dalam pandangan kaum muslimin, hal ini karena ia merupakan batas antara yang hak dan yang batil, atau lebih jauh antara surga dan neraka. Halal dan haram akan selalu dihadapi oleh kaum muslimin detik-demi-detik dalam rentang kehidupannya. Sehingga menandakan betapa pentingnya kita mengetahui secara rinci batas antara apa yang halal dan apa yang haram. Mengetahui persoalan halal-haram ini kelihatan mudah sepiintas, tetapi kemudian menjadi sangat sukar ketika berhadapan dengan kehidupan keseharian, yang kadang menjadi kabur, sulit membedakan mana yang halal dan mana yang haram, atau bahkan menjadi syubhat, karena tidak termasuk keduanya, atau karena percampuran keduanya, sebagaimana juga telah diakui oleh Syekhul Islam Yusuf Qardlawi dalam pengantar karyanya *al-Halal wa al-Haram fi al-Islam*.¹³

Halal berarti membebaskan, melepaskan, memecahkan dan membolehkan. Dalam kaitan dengan hukum syara', ia

¹³ Dwiwiyati Astogini , Wahyudin, & Siti Zulaikha Wulandari, "Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang Labelisasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan)", JEBA, Vol.13, No.1, 2011. h 89

memiliki dua pengertian. Istilah halal menurut Qardhawi adalah sebagai segala sesuatu yang bolehdikerjakan, dan syariat membenarkan serta orang yang melakukannya tidak kena sanksi dari Allah SWT.¹⁴

Halal, haram dan syubhat merupakan tiga kriteria dasar dalam menentukan suatu makanan boleh di makan atau dilarang untuk dikonsumsi. “Sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram pun jelas. Dan di antara keduanya ada hal-hal yang samar atau tidak jelas”. (HR. Bukhari).¹⁵ Isu halal-haram mencakup segala aktivitas termasuk pemilihan dalam makanan yang akan berdampak pada jasmani dan rohani seseorang. Konsep konsumsi itu sendiri dalam perspektif Islam didefinisikan sebagai pemenuhan kebutuhan barang dan jasa, dengan ketentuan harus halal dan benar sesuai syariah.¹⁶

Dalam hal ini, sebagai konsumen Muslim sangat penting untuk mengetahui kategori produk yang mereka beli maupun gunakan apakah halal atau haram. Karena pada kenyataannya masih ditemukan bahwa konsumen tidak mendapat akses

¹⁴ Khalek A.A, S.H.S Ismail, “*Why are We Eating Halal – Using the Theory of Planned Behavior in Predicting Halal Food Consumption among Generation Y in Malaysia*”, International Journal of Social Science and Humanity, Vol. 5, No. 7, 2015, h. 608

¹⁵ Rahmah Maulidia, “*Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal bagi Konsumen*”, Justitia Islamica, Vol. 10, No. 2, 2013, h. 386

¹⁶ Dwiwiyati Astogini, Wahyudin, & Siti Zulaikha Wulandari, “*Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang Labelisasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan)*”, JEBA, Vol.13, No.1, 2011. h 87

informasi yang cukup mengenai sertifikasi halal ataupun merek halal. Komunitas muslim di seluruh dunia telah membentuk segmen pasar yang potensial dikarenakan pola khusus mereka dalam mengkonsumsi suatu produk. Pola konsumensi ini diatur dalam ajaran islam yang disebut dengan Syariat. Dalam syariat tidak diperkenankan bagi kaum muslim untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu karena substansi yang dikandungnya atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran syariat tersebut. Padahal pasar Muslim merupakan pasar yang relatif homogen karena ada prinsip-prinsip dan nilai-nilai tertentu yang mengikat semua konsumen Muslim secara bersama-sama. Di sisi lain terdapat kurangnya wawasan masyarakat mengenai hubungan antara konsep halal seperti kesadaran akan produk halal dan sertifikasi halal dengan minat pembelian.¹⁷

Adapun indikator dari produk halal, sebagai berikut:¹⁸

- a. Produk halal mengacu pada produk-produk yang memenuhi syarat syar'i yang mencegah keharaman, baik ditinjau dari segi zatnya.

¹⁷ Setiawan, Hasbi Assidiki Mauluddi, "*Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung*", *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol. 5, No. 2, 2019, h. 233

¹⁸ Burhanuddin, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Malang: UIN Maliki, 2011), h. 95

- b. Produk halal mengacu pada produk-produk yang memenuhi syarat syar'i yang mencegah keharaman, baik ditinjau dari selain zatnya.

Dalam hal ini, Allah SWT serukan kepada makhluk-Nya untuk menikmati makanan yang baik-baik dalam kehidupannya serta menjauhi segala jenis makanan yang buruk dan menjijikkan. Perintah ini sebagai perintah yang penting karena memiliki persentuhan dengan tauhid. Orang yang memakan makanan yang jelek dan menjijikkan sama artinya telah mengikuti langkah-langkah syetan. Tidak hanya menjerumuskan manusia kepada yang memudharatkannya dengan memakan makanan yang jelek, syaitan juga mengajak manusia untuk menghalalkan apa yang telah diharamkan Allah. Jika seseorang sudah mengikuti Langkah-langkah syaitan, bukankah orang ini telah terganggu tauhidnya.¹⁹

Kesadaran individual untuk berperilaku halal diikuti gerakan kolektif membangun kehidupan yang lebih baik dengan standar, prinsip, dan nilai yang relevan dengan tuntutan syariat Islam. Menurut Al-Ghazali, yang mengakibatkan makanan (benda) bisa menjadi haram karena jenisnya yang haram, seperti khamar, babi, dan

¹⁹ Nurain Harahap, Disertasi: "Analisis Perilaku Konsumen Produk Halal di Kota Medan", (Sumatera Utara: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020), h. 3

sebagainya, termasuk di dalamnya produk-produk dari turunannya (alkohol, gelatin, dan lainnya), dan haram karena cara memperolehnya yang termasuk di dalamnya adalah harta untuk memperolehnya dan proses membuatnya.²⁰

Pada dasarnya barang yang diharamkan untuk dikonsumsi itu lebih banyak dari pada yang diharamkan. Hal ini sejalan dengan kaidah fikih yang menjelaskan bahwa hukum asal dari tiap-tiap sesuatu adalah boleh, hingga ada dalil yang jelas mengharamkannya. Produk halal identik dengan produk sehat karena bersahabat dengan *maqasid syariah*, dan memotivasi untuk sehat di dunia dan akhirat merupakan salah satu tujuan mengkonsumsi produk halal. Pengetahuan produk mempengaruhi secara signifikan terhadap niat untuk membeli produk dan juga pengetahuan produk halal dapat juga secara langsung mempengaruhi sikap.²¹ Berkaitan dengan produk halal, *maqasid syariah* yang memiliki makna jika dilihat dari *mufrad*, yakni *maqasid* artinya tujuan atau target. Sedangkan secara istilah *maqasid* merupakan tujuan atau rahasia Allah SWT. Dalam setiap hukum syariatnya untuk merealisasikan kemashlahatan ummat. Dalam kaidahnya sesungguhnya syariat bertujuan

²⁰ Al-Ghazalli, *Etika Islam Bimbingan Awal Menuju Hidayah Ilahi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2007), h. 45

²¹ Endang S. Soesilowati, Chitra Indah Yuliana “*Komparasi Perilaku Konsumen Produk Halal di Area Mayoritas dan Minoritas Muslim*”, *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, Vol. 21, No. 2, 2013, h. 176

untuk mewujudkan kemashlahatan manusia di dunia menuju akhirat. Secara umum *maqasid syariah* memiliki makna bahwasannya sebuah gagasan dalam hukum Islam bahwa syariat diturunkan Allah SWT. untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu.

Adapun macam-macam dan penggolongan benda dalam perspektif halal dan haram, yaitu sebagai berikut:²²

Menyikapi norma-norma syari'at seperti ini al-Ghazali berusaha mengklasifikasikan benda-benda dalam perspektif halal-haram ini. Secara umum ia membagi benda menjadi dua macam. Pertama, suatu benda itu dikatakan haram karena hakekat dan keadaan benda itu sendiri, kedua, suatu benda dikatakan haram karena sebab lain yang baru datang atau cara memperolehnya. Rincian harta-benda yang keharamannya karena adanya sifat yang terdapat dalam zat benda itu sendiri yang ada di muka bumi ini ada tiga macam:

Pertama, hasil tambang, yakni bagian-bagian bumi atau segala sesuatu yang dikeluarkan dari bumi (yang berujud benda mati). Benda-benda seperti ini diharamkan memakannya jika ia membahayakan tubuh atau jiwa manusia, seperti gas beracun.

Kedua, tumbuh-tumbuhan (benda nabati). Dari golongan benda ini dihalalkan memakannya, kecuali tumbuh-

²² Dwiwiyati Astogini , Wahyudin, & Siti Zulaikha Wulandari, "Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang Labelisasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan)", JEBA, Vol.13, No.1, 2011. h 99

tumbuhan yang dapat menghilangkan akal manusia, atau merusak kesehatan manusia. Tumbuh-tumbuhan yang menghilangkan akal manusia seperti ganja, khamr, opium, dan segala tumbuhan yang memabukkan. Yang menghilangkan nyawa manusia seperti racun (tumbuh-tumbuhan beracun), dan yang merusak kesehatan manusia adalah obat-obatan dari tumbuh-tumbuhan yang digunakan pada tidak waktunya atau over dosis.

Ketiga, binatang atau benda hayawani. Perihal ini dapat dibagi menjadi dua, yaitu, yang boleh dimakan (halal) dagingnya, dan binatang yang tidak boleh dimakan (haram) dagingnya. Binatang yang halal tetap menjadi halal apabila cara penyembelihannya dilakukan secara syari'at tertentu yang di dalamnya wajib pula dijaga syarat-syarat penyembelih, alat penyembelihan, dan tempatnya. Jadi binatang yang disembelih tidak menurut aturan syariat agama atau yang mati dengan sendirinya menjadi haram untuk dimakan, melainkan dua bangkai, yakni, ikan dan belalang.

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa kehalal-haraman suatu benda di muka bumi ini sangat berkaitan dengan maqasid al-syari'ah.²³ Yakni maqasid al-khamsah yang terdiri: tetapnya agama, akal, jiwa, keturunan, dan harta. Sesuatu akan dinyatakan halal bila ia mendukung tetapnya

²³ Dwiwiyati Astogini , Wahyudin, & Siti Zulaikha Wulandari, "Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang Labelisasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan)", JEBA, Vol.13, No.1, 2011. h 92

kelima maqasid al-khamsah itu pada diri manusia, akan menjadi haram bila ia menjadikan terganggu.²⁴ Sedangkan harta-benda yang keharamannya sebab adanya sesuatu yang datang kemudian atau dalam cara memperolehnya, ini berarti zat barang tersebut adalah halal. Hal ini diperinci menjadi beberapa bagian:

Pertama, sesuatu yang diperoleh karena memang tidak ada pemiliknya, seperti berbagai benda tambang, menghidupkan tanah mati, dan berburu. Semua itu halal hukumnya, dengan syarat bahwa apa yang diambil itu tidak dikhususkan untuk kehormatan pribadi tanpa mempertimbangkan dampak lingkungan, dan barang-barang tersebut tidak dimiliki oleh “seseorang” yang dilindungi oleh hukum.

Kedua, sesuatu yang diambil secara paksa dari siapa saja yang dianggap tidak ada kehormatan diri baginya. Seperti: fa'i, ghanimah, dan semua harta orang kafir yang memerangi orang Islam. Semua itu halal bagi orang Islam setelah diambil sepertilima dari harta itu untuk kemaslahatan kaum muslimin, dan telah dibagi secara adil kepada mereka yang berhak menerimanya. Tetapi harta orang kafir yang telah dilindungi oleh hukum, maka tidak boleh diambil.

Ketiga, sesuatu yang diperoleh dari transaksi yang dilakukan secara suka sama suka (dengan cara tukar

²⁴ Dwiwiyati Astogini , Wahyudin, & Siti Zulaikha Wulandari, “Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang Labelisasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan)”, JEBA, Vol.13, No.1, 2011. h 94

menukar). Harta benda yang dihasilkan dengan jalan seperti ini halal hukumnya apabila telah terpenuhi syarat-syarat yang benar sesuai dengan tuntutan syari'at, dan telah dihindari syarat-syarat yang merusakkan.

Keempat, harta yang diperoleh bukan dengan usaha, seperti harta hasil warisan. Harta seperti ini halal hukumnya, apabila yang meninggal dunia (yang mewariskan) dahulu memperolehnya dengan jalan yang halal pula.

Untuk persoalan ini al-Ghazali memandang bahwa halal-haram itu masing-masing bertingkat-tingkat. Hal ini dikaitkan dengan persoalan baik dan buruk. Dengan menganalogikan pada kadar kepanasan suatu benda dalam perspektif kuantitatif, ia menjelaskan tentang tingkatan halal-haram ini. Telah diketahui bahwa segala yang haram itu buruk, jelek, atau keji, tetapi sebagiannya lebih buruk, lebih jelek, dan lebih keji dari yang lainnya. Demikian halnya, segala sesuatu yang halal itu baik dan bagus, tetapi sebagiannya ada yang lebih baik dan bagus dari yang lainnya, lebih bersih, lebih suci dan lebih murni dari yang lainnya.²⁵

Wara'nya orang yang menjaga kesucian diri dari melakukan keharaman sesuai dengan apa yang telah digariskan atau dikatakan oleh ulama (wara'ul 'udul) Halal

²⁵ Al-Ghazali. 2007. *Etika Islam Bimbingan Awal Menuju Hidayah Ilahi*. Bandung (ID) : Pustaka Setia.

dan haram bagaikan garis terbentang, ujung yang satu adalah hal yang halal, dan ujung yang lain adalah yang haram, sedang yang ada di antara keduanya adalah hal yang syubhat. (percampuran antara yang halal dan yang haram, atau yang tidak memiliki kejelasan yang halal atau haram).

Tingkatan halal-haram ini membawa konsekuensi logis pada tingkatan manusia yang ingin menjaga kesucian diri dari keharaman sesuatu. Sehubungan dengan hal itu al-Ghazali mengemukakan bahwa menjaga kesucian diri (wara') itu ada empat tingkat.²⁶

Tingkat wara', orang yang menjaga kesucian diri dari segala yang menjurus ke arah haram walaupun fatwa seorang ulama membolehkan hal itu (disebut wara'us shalihin). Karena menurut lahiriyah barang tersebut termasuk barang yang ada kemungkinannya mengandung syubhat. Contohnya, memakan binatang yang melarikan diri sesudah kena senjata saat diburu, kemudian ditemukan dalam keadaan mati. Sebab binatang itu mungkin mati karena terjatuh atau oleh sebab lain.²⁷ Al-Ghazali condong berpendapat tidak haram.

²⁶ Endang S. Soesilowati, dan Chitra Indah Yuliana, “*Komparasi Perilaku Konsumen Produk Halal di Area Mayoritas dan Minoritas Muslim*”, *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, Vol.21, No.2, 2013. h 301

²⁷ Endang S. Soesilowati, dan Chitra Indah Yuliana, “*Komparasi Perilaku Konsumen Produk Halal di Area Mayoritas dan Minoritas Muslim*”, *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, Vol.21, No.2, 2013. h 308

Menghindari memakan binatang seperti ini termasuk wara' tingkat kedua.²⁸

Tingkatan wara', orang yang menghindari barang yang diputus tidak haram oleh seorang mufti, juga tidak syubhat tentang halalnya. Namun dia takut melakukannya karena khawatir jangan-jangan dia melakukan yang haram. Hal ini namanya menghindari sesuatu yang tidakberbahaya karena takut kalau sesuatu itu berbahaya (disebut wara'ul muttaqin).

Tingkat wara' orang yang menjaga diri dari sesuatu yang tidak berbahaya sama sekali dan tidak mengawatirkan timbulnya bahaya, tetapi di dalam memperoleh sesuatu tersebut bukan didasari atas dasar taqwa kepada Allah atau khawatir menjurus kepada hal-hal yang mudah menimbulkan kemakruhan atau maksiat (disebut wara'us shiddiqin). Contohnya : menghindari minum air dari saluran atau bengawan yang dibangun oleh penguasa. Sebab bengawan itu merupakan sarana sampainya air kepadanya. Walaupun air itu pada hakekatnya diperbolehkan baginya, tetapi bengawan itu adalah bagian bangunan yang dibangun dengan tenaga yang dibayar. Pada hal mereka memberi upah kepada tenaga kerja dengan uang yang haram.

²⁸ Endang S. Soesilowati, dan Chitra Indah Yuliana, "*Komparasi Perilaku Konsumen Produk Halal di Area Mayoritas dan Minoritas Muslim*", Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, Vol.21, No.2, 2013. h 312

2. Teori Perilaku Konsumsi dalam Perspektif Islam

Berkaitan dengan perilaku konsumen sendiri, definisi yang digunakan dalam ilmu ekonomi adalah “cara konsumen rasional dalam menentukan pilihan barang atau jasa”. Pada aplikasinya dalam tataran keilmuan, teori berkaitan dengan perilaku konsumen selalu dikaitkan dengan upaya konsumen memutuskan pilihan barang atau jasa dalam rangka memaksimalkan kepuasan (*utility*). Bahwa teori-teori perilaku konsumen yang ada mengesampingkan peran etika dan moral sehingga teori konsumsi pada gilirannya mengabaikan isu-isu sosial seperti pengentasan kemiskinan dan pembangunan berkelanjutan dan keduanya dianggap bukan isu dalam arus utama ilmu ekonomi (*mainstream economics*).²⁹

Selanjutnya, mengenai jenis perilaku konsumen dalam teori ekonomi konvensional. Pertama, *maintenance* atau pemeliharaan. Perilaku konsumen pada bagian ini didasarkan pada upaya pemuasan keinginan (*utility*) yang rendah pada objek konsumsi serta didorong oleh faktor informasi eksternal yang rendah. Di antara contohnya adalah seseorang makan, tidur atau membayar yang tidak terlalu memberikan

²⁹ Endang S. Soesilowati, dan Chitra Indah Yuliana, “*Komparasi Perilaku Konsumen Produk Halal di Area Mayoritas dan Minoritas Muslim*”, *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, Vol.21, No.2, 2013. h 324

kepuasan tinggi karena merupakan kebutuhan rutin dan/atau kewajiban yang sudah harus dipenuhi tanpa perlu dipersuasi lebih lanjut.

Kedua, *accumulation* atau penghimpunan. Perilaku konsumen ini juga didasarkan pada pemuasan keinginan yang rendah pada objek konsumsi namun diperkuat oleh faktor informasi eksternal yang tinggi. Misalkan seorang konsumen yang rajin mengumpulkan kupon belanja dari toko ritel karena iming-iming toko akan barang gratis.³⁰

Ketiga, *hedonism* atau *hedonisme*. Perilaku konsumen ini tidaklah didasarkan oleh faktor informasi yang tinggi, namun karena hasrat yang kuat akan pemuasan keinginan. Misalkan seseorang mengikuti tren rambut dan pakaian terbaru mengikuti artis idolanya atau rakyat membeli sepatu yang digunakan oleh pemimpin negara saat kunjungan dinas.³¹

Keempat, *accomplishment* atau pencapaian. Perilaku konsumen ini didasarkan oleh hasrat pemuasan keinginan yang kuat serta faktor informasi yang tersedia lengkap. Misalkan seseorang yang hendak membeli mobil baru

³⁰ Endang S. Soesilowati, dan Chitra Indah Yuliana, “*Komparasi Perilaku Konsumen Produk Halal di Area Mayoritas dan Minoritas Muslim*”, *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, Vol.21, No.2, 2013. h 326

³¹ Endang S. Soesilowati, dan Chitra Indah Yuliana, “*Komparasi Perilaku Konsumen Produk Halal di Area Mayoritas dan Minoritas Muslim*”, *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, Vol.21, No.2, 2013. h 329

menginginkan mobil yang mewah, nyaman digunakan dan sesuai dengan kebutuhan mobilitasnya.

Setelah memahami konsep perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi konvensional, lalu bagaimana dengan ekonomi Islam? Islam sebenarnya telah memiliki konsep tersendiri mengenai perilaku konsumen. Konsep tersebut didasarkan pada syariah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah. Dua wahyu tersebut memuat ajaran-ajaran dan nilai-nilai yang dapat menuntun perilaku seorang Muslim baik dalam hubungannya kepada Allah SWT dan juga kepada sesama manusia. Ajaran-ajaran tersebut diharapkan akan membawa dampak positif pada perilaku individu, termasuk dalam berkonsumsi.³²

Konsep maqashid syariah atau tujuan syariat Islam. Konsep tersebut, khususnya yang berasal dari sintesis Al-Ghazali dan Al-Syatibi, berisi penjagaan atas lima elemen penting kehidupan, yakni agama (*din/faith*), kehidupan (*nafs/life*), akal (*'aql/intellectual*), keturunan (*nasl/posterity*), dan harta (*mal/wealth*). Para ulama kemudian

³² Maulidia, Rahmah, “*Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal bagi Konsumen*”, *Justitia Islamica*, Vol.10, No.2, 2013.h 56

mengembangkan konsep pemenuhan lima elemen di atas dalam tiga tahapan.³³

Pertama, *dharuriyat* yakni kondisi ketika lima elemen di atas sekedar terpenuhi. Seperti misalkan seseorang shalat agar tidak tergolong sebagai orang kafir dan seseorang bekerja untuk bisa membeli makanan dan menabung, sehingga menjaga kehidupan dan harta sekaligus.

Kedua, *hajiyat* yakni kondisi ketika perlindungan lima elemen di atas diperkuat. Misalkan seseorang bekerja dilengkapi oleh kendaraan sehingga bisa sampai tempat kerja tanpa waktu yang lama di jalan.

Ketiga, *tahsiniyat* yaitu kondisi ketika perlindungan lima elemen di atas berada dalam kondisi yang lebih baik lagi. Misalkan seseorang bekerja dilengkapi oleh kendaraan dinas yang bagus oleh perusahaan dilengkapi oleh supir, sehingga dapat fokus dalam bekerja tanpa berpikir tentang transportasi.

Pemenuhan maqashid syariah cenderung bersifat objektif sehingga tidak bisa dipukul rata pada semua orang, melainkan harus memperhatikan konteks yang ada.

³³ Mochammad Arif Budiman, Mairijani, & Nurhidayati, “*Persepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim terhadap Produk Halal*”, ASBIS POLIBAN, Vol.4, 2019.

Selanjutnya, perilaku konsumen dalam Islam juga memperhatikan konsumsi yang berlebih, yang dalam Islam dinamakan sebagai *israf* dan *tabdzir*. *Israf* adalah kondisi ketika seseorang mengonsumsi sesuatu secara berlebihan namun tidak mendatangkan manfaat baginya. Sementara itu, *tabdzir* ialah perilaku konsumsi ketika konsumsi bersifat bermewahan atau membuang sumber sehingga justru menghilangkan keberkahan dari objek konsumsi tersebut.³⁴

Salah satu ahli ekonomi Islam yang mengkaji tentang perilaku konsumsi ini adalah Asad Zaman, yang mengajukan sebuah grafik dengan sisi absis (sumbu x) ialah jumlah konsumsi, yang ia golongkan tingkatannya yakni *dharuriyat*, *hajiyat*, dan *tahsiniyat* serta suatu batas yang apabila seseorang mengonsumsi sesuatu di atas batas tersebut, maka ia tergolong *israf*. Sementara itu, pada sisi ordinat (sumbu y) adalah pahala di hari akhir, yang hal ini terkait dengan derma sosial seperti infak, sedekah dan zakat. Akan tetapi, konsep ini banyak dikritik karena membawa ekonom pada hal yang tidak dapat diukur, yakni pahala.³⁵

³⁴ Mochammad Arif Budiman, Mairijani, & Nurhidayati, “*Persepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim terhadap Produk Halal*”, ASBIS POLIBAN, Vol.4, 2019.h 45

³⁵ Mochammad Arif Budiman, Mairijani, & Nurhidayati, “*Persepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim terhadap Produk Halal*”, ASBIS POLIBAN, Vol.4, 2019.h 83

Jenis-jenis perilaku yang bersifat *tabdzir* atau menyia-nyiaikan sumber daya. Pertama, mengeluarkan uang untuk sesuatu melebihi yang dibutuhkan. Kedua, mengonsumsi suatu komoditas lebih dari yang dibutuhkan. Ketiga, mengeluarkan uang pada sesuatu yang tidak terlalu prioritas namun dengan biaya sebesar atau lebih besar dari kebutuhan yang bersifat prioritas. Keempat, mengeluarkan uang pada sesuatu yang bersifat bukan kebutuhannya dan tidak membawa dampak positif bagi kemanfaatan dirinya.³⁶

Teori perilaku konsumen yang dibangun berdasarkan syariah Islam, memiliki perbedaan yang mendasar dengan teori konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi fondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk berkonsumsi. Secara umum perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.³⁷ Perilaku konsumen Muslim, maka dia komitmen dengan kaidah-kaidah dan hukum-hukum yang disampaikan dalam syariat untuk mengatur konsumsi agar mencapai

³⁶ Mochammad Arif Budiman, Mairijani, & Nurhidayati, "*Persepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim terhadap Produk Halal*", ASBIS POLIBAN, Vol.4, 2019.h 56

³⁷ Mochammad Arif Budiman, Mairijani, & Nurhidayati, "*Persepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim terhadap Produk Halal*", ASBIS POLIBAN, Vol.4, 2019.h 59

kemanfaatan konsumsi seoptimal mungkin, dan mencegah penyelewengan dari jalan kebenaran dan dampak madharatnya, baik bagi konsumen sendiri maupun yang selainnya.³⁸

Syariah Islam menginginkan manusia mencapai dan memelihara kesejahteraan. Imam Shatibi menggunakan istilah '*masalahah*', yang maknanya lebih luas dari sekadar utility atau kepuasan dalam terminologi ekonomi konvensional. Masalahah merupakan tujuan hukum syara' yang paling utama Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan/keinginan adalah tujuan dari aktivitas ekonomi Islami, dan usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama.³⁹

Pada tingkat pendapatan tertentu, konsumen Islam, karena memiliki alokasi untuk hal-hal yang menyangkut akhirat, akan mengkonsumsi barang lebih sedikit daripada non-muslim. Perilaku konsumsi dalam Islam itu adalah pertengahan di antara dua ekstrim. Ekstrim yang pertama adalah perilaku kikir, yakni enggan mengeluarkan harta pada kebutuhannya meskipun memiliki kemampuan bahkan terkadang kikir pada diri sendiri. Ekstrim yang kedua adalah

³⁸ Mochammad Arif Budiman, Mairijani, & Nurhidayati, "*Persepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim terhadap Produk Halal*", ASBIS POLIBAN, Vol.4, 2019.h 98

³⁹ Mochammad Arif Budiman, Mairijani, & Nurhidayati, "*Persepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim terhadap Produk Halal*", ASBIS POLIBAN, Vol.4, 2019.h 120

perilaku boros, mengeluarkan harta tanpa memperhatikan kemampuan dan melebihi kebutuhan.⁴⁰

Seorang Muslim diharapkan menjadi seorang konsumen yang berperilaku moderat, di antara dua ekstrim di atas. Seseorang yang berperilaku ekstrim pada kehidupan personal dan sosial cenderung juga akan memiliki pandangan ekstrim akan agama. Dan pada dasarnya, tiga jenis perilaku konsumsi dapat dikaji dari elastisitas pendapatan seorang konsumen.⁴¹

Masih terkait tiga perilaku konsumen di atas, bahwa seorang ulama, yakni Imam Asy-Syaibani dalam kitab Al-Kasb menyampaikan bahwa seorang Muslim harus memiliki pengeluaran yang moderat. Artinya tidak terlalu kecil yang menjadikannya kikir dan tidak terlalu besar yang menjadikannya boros. Oleh karena itu, pematari menyampaikan bahwa hendaknya perilaku konsumsi dalam Ekonomi Islam harus mempromosikan gaya hidup yang moderat dan seimbang dalam rangka pemenuhan kebutuhan, alih-alih memaksimalkan pemenuhan kepuasan sebagaimana dalam ekonomi konvensional.⁴²

⁴⁰ Mochammad Arif Budiman, Mairijani, & Nurhidayati, “*Persepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim terhadap Produk Halal*”, ASBIS POLIBAN, Vol.4, 2019.h 221

⁴¹ Mochammad Arif Budiman, Mairijani, & Nurhidayati, “*Persepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim terhadap Produk Halal*”, ASBIS POLIBAN, Vol.4, 2019.h 312

⁴² Maulidia, Rahmah, “*Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal bagi Konsumen*”, Justitia Islamica, Vol.10, No.2, 2013.h 53

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas dan konsumsi, baik dalam bentuk kepuasan materil maupun spiritual. Dalam Islam juga sudah sangat jelas dijelaskan tentang aturan dalam melakukan segala perbuatan, baik buruk, halal haram yang termaktub dalam Al-qur'an, hadis, dan ijma ulama.⁴³

Nilai dasar yang menjadi fondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim, yaitu:⁴⁴

1) Keyakinan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan seorang konsumen untuk mengutamakan konsumsi untuk akhirat daripada dunia;

2) Konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan, kebenaran dan ketaqwaan kepada Allah SWT merupakan kunci moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai

⁴³ Maulidia, Rahmah, "*Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal bagi Konsumen*", *Justitia Islamica*, Vol.10, No.2, 2013.h 88

⁴⁴ Maulidia, Rahmah, "*Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal bagi Konsumen*", *Justitia Islamica*, Vol.10, No.2, 2013.h 94

dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan menjauhkan diri dari kejahatan;

3) Kedudukan harta adalah merupakan anugrah Allah SWT dan bukan sesuatu yang bersifat buruk. Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup, jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar.

Perilaku yaitu tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan. Perilaku yang bersumber dari dalam diri sendiri adalah perilaku yang memang sudah ada sejak lahir dan semakin terbentuk dengan adanya pembentukan karakter yang ditanamkan oleh lingkungan terdekat seperti keluarga. Perilaku seseorang yang baik salah satunya terbentuk karena memang mendapatkan arahan dan pelajaran dari faktor luar. Konsumsi adalah menghabiskan atau menggunakan suatu nilai barang atau jasa. Menurut ilmu ekonomi, konsumsi adalah setiap kegiatan memanfaatkan, menghabiskan kegunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dalam upaya menjaga kelangsungan hidup.⁴⁵

Perilaku konsumsi orang yang beriman akan berbeda dalam mengkonsumsi barang atau jasa jika di bandingkan dengan orang yang lebih rendah tingkat keimanan dan

⁴⁵ Setiawan & Hasbi Assidiki Mauluddi, “*Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung*”, *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol.5, No.2, 2019.h 242

kepututannya kepada Allah SWT.⁴⁶ Orang yang mempunyai keimanan dan patuh terhadap aturan-aturan yang telah digariskan di dalam Al-Qur'an dan hadis mengetahui batasan-batasan mana hal yang diperbolehkan dan mana yang tidak boleh untuk di laksanakan. Kesejahteraan konsumen akan meningkat jika ia banyak mengkonsumsi barang yang bermanfaat, halal, dan mengurangi barang yang buruk atau haram. Islam melarang untuk menghalalkan apa yang sudah ditetapkan haram dan memgharamkan apa-apa yang sudah menjadi halal.⁴⁷

Allah SWT berfirman dalam Al- Qur'an:

وَكُلْ مِمَّا وَرَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: “ Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah SWT kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah SWT yang kamu beriman kepada-Nya “.

Sesuai dengan ajaran Islam, dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa harus memperhatikan etika konsumsi yang mana yang dibenarkan dan mana yang tidak dibenarkan. Dalam ekonomi Islam, pelaku ekonomi akan berusaha untuk memaksimalkan maslahat. Dalam Al-Quran

⁴⁶ Setiawan & Hasbi Assidiki Mauluddi, “Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung”, *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol.5, No.2, 2019.h 201

⁴⁷ Suharyono, “Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Al-Intaj*, Vol. 4, No. 2, 2018, h. 313

kata masalah banyak disebut dengan istilah manfaat atau *manafi'*, yang berarti kebaikan yang berkaitan dengan material fisik, dan psikologis. Dengan kata lain masalah mengandung pengertian kemanfaatan duniawi dan akhirat. Konsep masalah pada konsumen muslim sangatlah diperlukan. Dalam pengertian umum masalah adalah setiap segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, seperti menghasilkan keuntungan (kesenangan).⁴⁸

Terdapat anjuran dalam Islam mengenai perilaku konsumsi yang dituntun oleh prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas. Syariah Islam memiliki seperangkat etika dan norma yang harus dipegang manakala seseorang berkonsumsi.⁴⁹ Beberapa etika tersebut akan dijelaskan, yaitu sebagai berikut:

a. Prinsip Keadilan

Berkonsumsi tidak boleh menimbulkan kedzaliman, berada dalam koridor aturan atau hukum agama, serta menjunjung tinggi kepantasan atau kebaikan. Islam memiliki berbagai ketentuan tentang benda ekonomi yang boleh dikonsumsi dan yang tidak boleh dikonsumsi.

⁴⁸ Setiawan & Hasbi Assidiki Mauluddi, "*Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung*", *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol.5, No.2, 2019, h 112

⁴⁹ Aldila Septiana, "*Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam*", *Jurnal DINAR Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 7

b. Prinsip Kebersihan

Bersih dalam arti sempit adalah bebas dari kotoran atau penyakit yang dapat merusak fisik dan mental manusia, sementara dalam arti luas adalah bebas dari segala sesuatu yang diberkahi Allah SWT. Tentu saja benda yang dikonsumsi memiliki manfaat bukan kemubaziran atau bahkan merusak.

c. Prinsip Kesederhanaan

Sikap berlebih-lebihan (*israf*) sangat dibenci oleh Allah SWT dan merupakan pangkal dari berbagai kerusakan di muka bumi. Sikap berlebih-lebihan ini mengandung makna melebihi dari kebutuhan yang wajar dan cenderung memperturutkan hawa nafsu atau sebaliknya terlampau kikir sehingga justru menyiksa diri sendiri. Islam menghendaki suatu kuantitas dan kualitas konsumsi yang wajar bagi kebutuhan manusia sehingga tercipta pola konsumsi yang efisien dan efektif secara individual maupun sosial.

d. Prinsip Kemurahan Hati

Dengan mentaati ajaran Islam maka tidak ada bahaya atau dosa ketika mengkonsumsi benda-benda ekonomi yang halal yang disediakan Allah karena kemurahan-Nya. Selama konsumsi ini merupakan upaya pemenuhan kebutuhan yang membawa kemanfaatan bagi kehidupan dan peran manusia untuk

meningkatkan ketaqwaan kepada Allah SWT, maka Allah SWT telah memberikan anugerah-Nya bagi manusia.

e. Prinsip Moralitas

Pada akhirnya konsumsi seorang Muslim secara keseluruhan harus dibingkai oleh moralitas yang dikandung dalam Islam sehingga tidak semata-mata memenuhi segala kebutuhan.

Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut dapat meningkatkan martabat manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi barang atau jasa yang halal dan baik saja secara wajar serta tidak berlebihan. Dengan kata lain melakukan kegiatan konsumsi yaitu dengan mengkonsumsi barang dengan kriteria baik barangnya, baik cara mengkonsumsinya dan mendatangkan manfaat bagi pengkonsumsinya.⁵⁰

Sebagai umat Islam sebaiknya mengonsumsi dan menggunakan produk yang halal. Hal ini sesuai dengan sabda Rasulullah SAW yang meminta umat Islam untuk menjauhi segala sesuatu yang bersifat syubhat dan haram. Syubhat adalah segala sesuatu yang tidak jelas atau berada di antara halal dan haram. Nabi Muhammad mengatakan sesungguhnya halal itu jelas, haram itu jelas. Lalu, ada yang

⁵⁰ Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam", Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 9

di antara keduanya atau tidak yakin halal atau haram, itu disebut syubhat. Menggunakan produk yang halal dapat menghilangkan kekhawatiran dan rasa bersalah. dan untuk menghilangkan rasa was-was dari keraguan.

Hukum itu tidak boleh ditinggalkan karena munculnya keragu-raguan. Apabila salah satu keraguan itu lebih kuat dari pada yang lainnya karena memiliki bukti yang lebih kuat dengan pertimbangan hukum syara', maka keyakinan yang lebih kuat itulah yang dipakai. Oleh karena itu, mengenai masalah ini dibagi menjadi empat macam:⁵¹

- a. Keharaman suatu barang sudah diketahui sebelumnya, tetapi kemudian timbul keraguan tentang halalnya barang tersebut. Ini disebut syubhat yang harus dijauhi, dan haram hukumnya menggunakan barang tersebut. Contohnya, pemburu membidikkan senjata/tembak atas burung, dan kena. Tetapi burung itu tercebur ke air dan ditemukan dalam keadaan mati, dan tidak diketahui penyebab kematiannya. Sehingga timbul keraguan, apakah mati kena tembak atau sebab karam dalam air. Binatang ini haram hukumnya, kecuali jelas sebab-sebab kematiannya dan sesuai dengan hukum syara'.
- b. Sesuatu yang telah diketahui kehalalannya, tetapi tahap selanjutnya diragukan keharamannya. Karena semula halal hukumnya (yang diyakini), maka hukumnya halal.

⁵¹ Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam", Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 32

- c. Pada asalnya hukumnya haram, tetapi kemudian muncul sesuatu yang baru yang dapat menghalalkannya karena adanya perkiraan yang lebih unggul atau lebih kuat. Artinya hukum haram itu menjadi diragukan dan yang halal lebih unggul. Kalau perkiraan yang lebih unggul itu berdasarkan sebab-sebab yang diperhitungkan oleh syara', maka pendapat yang kita pakai adalah yang halal. Namun menghindari hal yang semacam ini berarti termasuk orang yang wara'. Contohnya, ada seseorang memanah binatang buruan, lalu binatang itu menghilang. Kemudian ditemukan lagi dalam keadaan sudah mati dan tidak ada bekas-bekas yang lain, selain bekas kena panah. Mungkin saja binatang itu mati terjatuh ke dalam jurang atau sebab-sebab lain. Hal ini perlu diteliti, jika tidak ada tanda selain bekas kena panah, maka ia halal.⁵²
- d. Hukum halal itu sudah dimaklumi, tetapi menurut perkiraan lebih condong kepada terjadinya hal-hal yang mengharamkan karena ada sebab yang diakui untuk mengungguli perkiraan menurut syara', maka dimenangkan hukum haram.⁵³ Contohnya, hasil penelitian seseorang menunjukkan dapat meyakinkan mengenai kenajisan salah satu dua bak dengan bersandar dengan tanda-tanda tertentu yang dapat memenangkan sangkaan

⁵² Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam", Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 7

⁵³ Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam", Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 8

lebih berat najisnya dari pada tetap sucinya, maka dihukumi najis. Haram diminum dan tidak boleh digunakan untuk berwudlu air yang ada di dalamnya.

Kalau perkiraan yang lebih unggul itu berdasarkan sebab-sebab yang diperhitungkan oleh syara', maka pendapat yang kita pakai adalah yang halal. Namun menghindari hal yang semacam ini berarti termasuk orang yang wara'. Contohnya, ada seseorang memanah binatang buruan, lalu binatang itu menghilang. Kemudian ditemukan lagi dalam keadaan sudah mati dan tidak ada bekas-bekas yang lain, selain bekas kena panah. Mungkin saja binatang itu mati terjatuh ke dalam jurang atau sebab-sebab lain. Hal ini perlu diteliti, jika tidak ada tanda selain bekas kena panah, maka ia halal.⁵⁴

Hukum halal itu sudah dimaklumi, tetapi menurut perkiraan lebih condong kepada terjadinya hal-hal yang mengharamkan karena ada sebab yang diakui untuk mengungguli perkiraan menurut syara', maka dimenangkan hukum haram.⁵⁵ Contohnya, hasil penelitian seseorang menunjukkan dapat meyakinkan mengenai kenajisan salah satu dua bak dengan bersandar dengan tanda-tanda tertentu yang dapat memenangkan sangkaan lebih berat najisnya dari

⁵⁴ Aldila Septiana, "*Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam*", Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 15

⁵⁵ Aldila Septiana, "*Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam*", Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 18

pada tetap sucinya, maka dihukumi najis.⁵⁶ Haram diminum dan tidak boleh digunakan untuk berwudlu air yang ada di dalamnya.

Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Dalam kerangka Islam perlu dibedakan dua tipe pengeluaran yang dilakukan oleh konsumen muslim yaitu pengeluaran tipe pertama dan pengeluaran tipe kedua. Pengeluaran tipe pertama adalah pengeluaran yang dilakukan seorang muslim untuk memenuhi kebutuhan duniawinya dan keluarga (pengeluaran dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dunia namun memiliki efek pada pahala diakhirat). Konsumsi adalah suatu kegiatan manusia mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan, baik secara berangsur-angsur maupun sekaligus. Pihak yang melakukan konsumsi disebut konsumen. Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh karena itu, kegiatan ekonomi mengarah kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Sebab, mengabaikan konsumsi berarti mengabaikan kehidupan dan juga mengabaikan penegakan manusia terhadap tugasnya dalam kehidupan. Dalam sistem perekonomian, konsumsi memainkan peranan penting.

⁵⁶ Aldila Septiana, “Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam”, Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 18

Adanya konsumsi akan mendorong terjadinya produksi dan distribusi.⁵⁷

Dengan demikian akan menggerakkan roda-roda perekonomian. Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah SWT. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah SWT akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala. Sebab hal-hal yang mubah bisa menjadi ibadah jika disertai niat pendekatan diri (taqarrub) kepada Allah, seperti: makan, tidur dan bekerja, jika dimaksudkan untuk menambah potensi dalam mengabdikan kepada Ilahi. Dalam ekonomi Islam, konsumsi dinilai sebagai sarana wajib yang seorang muslim tidak bisa mengabaikannya dalam merealisasikan tujuan yang dikehendaki Allah SWT dalam penciptaan manusia, yaitu merealisasikan pengabdian sepenuhnya hanya kepada-Nya.⁵⁸

Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa kegiatan konsumsi. Oleh karena itu, kegiatan ekonomi mengarah kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi

⁵⁷ Aldila Septiana, “Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam”, Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 24

⁵⁸ Aldila Septiana, “Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam”, Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 24

manusia.⁵⁹ Sebab, mengabaikan konsumsi berarti mengabaikan kehidupan dan juga mengabaikan penegakan manusia terhadap tugasnya dalam kehidupan.

Dalam sistem perekonomian, konsumsi memainkan peranan penting. Adanya konsumsi akan mendorong terjadinya produksi (pembuatan produk) dan distribusi (penyaluran produk). Dengan demikian akan menggerakkan roda-roda perekonomian. Fungsi Kesejahteraan, Maximizer dan Utilitas oleh Imam al-Ghazali telah memberikan sumbangan besar dalam pengembangan dan pemikiran dalam dunia Islam. Sebuah tema yang menjadi pangkal tolak sepanjang karya-karyanya adalah konsep maslahat, atau kesejahteraan sosial atau utilitas (“kebaikan bersama”), sebuah konsep yang mencakup semua urusan manusia, baik urusan ekonomi maupun lainnya, dan yang membuat kaitan yang erat antara individu dengan masyarakat bahwa Al-Ghazali telah menemukan “sebuah konsep fungsi kesejahteraan sosial yang sulit diruntuhkan dan yang telah dirindukan oleh ekonom-ekonom modern”.⁶⁰

Dalam meningkatkan kesejahteraan sosial, imam Ghazali mengelompokkan dan mengidentifikasi semua masalah baik yang berupa masalah (utilitas, manfaat) maupun mafasid (disulitas, kerusakan) dalam meningkatkan kesejahteraan

⁵⁹ Aldila Septiana, “Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam”, Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 28

⁶⁰ Aldila Septiana, “Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam”, Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 34

sosial. Selanjutnya ia mengidentifikasi fungsi sosial dalam kerangka hierarki kebutuhan individu dan sosial. Menurut Imam al-Ghazali, kesejahteraan (*maslahah*) dari suatu masyarakat tergantung kepada pencarian dan pemeriharaan lima tujuan dasar :⁶¹

- a. Agama (*al-dîn*)
- b. Hidup atau jiwa (*nafs*)
- c. Keluarga atau keturunan (*nasl*)
- d. Harta atau kekayaan (*maal*)
- e. Intelek atau akal (*aql*)

Ia menitik beratkan bahwa sesuai tuntunan wahyu, “kebaikan dunia ini dan akhirat (*maslahat al-din wa al-dunya*) merupakan tujuan utamanya. Ia mendefinisikan aspek ekonomi dari fungsi kesejahteraan sosialnya dalam kerangka sebuah hierarki utilitas individu dan sosial yang tripartit meliputi : kebutuhan (*daruriat*), kesenangan atau kenyamanan (*hajaat*), dan kemewahan (*tahsinaat*), sebuah klarifikasi peninggalan tradisi Aristotelian, yang disebut oleh seorang sarjana sebagai “kebutuhan ordinal” (kebutuhan dasar, kebutuhan terhadap barang-barang “eksternal”, dan terhadap barang-barang psikis).⁶² Norma dan etika dalam konsumsi Islam mewajibkan kepada pemilik harta agar menafkahkan

⁶¹ Aldila Septiana, “Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam”, Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 78

⁶² Aldila Septiana, “Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam”, Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 81

sebagian hartannya untuk kepentingan diri, keluarga, dan fi sabilillah. Islam mengharamkan sikap kikir.

Di sisi lain, islam juga mengharamkan sikap boros dan menghamburkan harta. Membelanjakan harta pada bentuk yang diharamkan dan dengan cara yang baik Islam mendorong dan memberi kebebasan kepada individu agar membelanjakan hartanya untuk membeli barang-barang yang baik dan halal dalam memenuhi kebutuhan hidup.⁶³ Kebebasan itu diberikan dengan ketentuan tidak melanggar batas-batas yang suci serta tidak mendatangkan bahaya terhadap keamanan dan kesejahteraan masyarakat dan negara. Senada dengan hal ini Abu al-A'la al-Maududi menjelaskan, islam menutup semua jalan bagi manusia untuk membelanjakan harta yang mengakibatkan kerusakan akhlak di tengah masyarakat, seperti judi yang hanya memperturutkan hawa nafsu.⁶⁴

Larangan Bersikap Israf (Royal), dan Tabzir (Sia-sia) Adapun nilai-nilai akhlak yang terdapat dalam konsep konsumsi adalah pelarangan terhadap sikap hidup mewah. Gaya hidup mewah adalah perusak individu dan masyarakat, karena menyibukan manusia dengan hawa nafsu, melalaikannya dari hal-hal yang mulia dan akhlak yang

⁶³ Setiawan & Hasbi Assidiki Mauluddi, “*Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung*”, At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, Vol.5, No.2, 2019.h 75

⁶⁴ Suharyono, “ *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam* “, Al-Intaj, Vol.4, No.2, 2018.

luhur.⁶⁵ Disamping itu, membunuh semangat jihad. Ali Abd ar-Rasul juga menilai dalam masalah ini bahwa gaya hidup mewah (israf) merupakan faktor yang memicu terjadinya dekadensi moral masyarakat yang akhirnya membawa kehancuran masyarakat tersebut.

Bagi Afzalur Rahman, kemewahan (israf) merupakan berlebih-lebihan dalam kepuasan pribadi atau membelanjakan harta untuk hal-hal yang tidak perlu. Sikap hidup mewah biasanya diiringi oleh sikap hidup berlebebihan (melampaui batas atau israf). Israf atau royal menurut Afzalur Rahman ada tiga pengertian yaitu, menghambur-hamburkan kekayaan pada hal-hal yang diharamkan seperti mabuk-mabukan, pengeluaran yang berlebih-lebihan pada hal-hal yang dihalalkan tanpa peduli apakah itu sesuai dengan kemampuan atau tidak, dan pengeluaran dengan alasan kedermawanan hanya sekedar pamer belaka.⁶⁶

Keseimbangan konsumsi dalam ekonomi Islam didasarkan pada prinsip keadilan distribusi. Jika tuan A mengalokasikan pendapatannya setahun hanya untuk kebutuhan materi, dia tidak berlaku adil karena ada pos yang belum dibelanjakan, yaitu konsumsi sosial. Jika demikian,

⁶⁵ Setiawan & Hasbi Assidiki Mauluddi, “*Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung*”, At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, Vol.5, No.2, 2019.

⁶⁶ Setiawan & Hasbi Assidiki Mauluddi, “*Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung*”, At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, Vol.5, No.2, 2019.h 65

sesungguhnya dia hanya bertindak untuk jalannya diakhirat nanti. Secara sederhana telah memberikan kontribusi yang sangat berarti dalam perumusan keseimbangan konsumsi Islami.⁶⁷

Dimana :

S : Sedekah

H : Harga barang dan jasa

BR : Barang

JS : Jasa

Z : Zakat (2,5%)

P : Jumlah pendapatan

Seorang konsumen muslim akan mengalokasikan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan duniawi dan ukhrawinya. Setelah dia mendapatkan dalam jumlah tertentu. Dia zakati hartanya terlebih dahulu. Dari sini kita mulai melihat muara keunikannya perilaku konsumen muslim. Setelah kewajiban zakat dia tunaikan sebesar 2.5 % dari uang yang dihasilkan secara halal, kemudian dia penuhi pos-pos konsumsi mulai dari barang, jasa, hingga sedekah.⁶⁸

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur

⁶⁷ Setiawan & Hasbi Assidiki Mauluddi, “*Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung*”, At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, Vol.5, No.2, 2019.h 334

⁶⁸ Setiawan & Hasbi Assidiki Mauluddi, “*Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung*”, At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, Vol.5, No.2, 2019.h 334

penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung memengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap manusia, sumber daya dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk material maupun spiritual.⁶⁹ Oleh sebab itu, dalam menghapus perilaku israf Islam memerintahkan:

- a. Memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih manfaat.
- b. Menjauhkan konsumsi yang berlebihan-lebihan untuk semua jenis komoditi.

Dari sinilah kesejahteraan yang islami itu dibangun. Kesejahteraan itu tidak tepat apabila diukur dengan kemewahan seseorang. Namun, kesejahteraan lebih tepat bila di ukur terpenuhinya maslahat lima kebutuhan dasar yang disongkong oleh kelengkapan hajiyyah dan tahsiniyatnya.⁷⁰

Maka sifat konsumsi manusia juga harus dilandasi dengan kemurahan hati. Maksudnya, jika memang masih banyak orang yang kekurangan makanan dan minuman maka hendaklah kita sisihkan makanan yang ada pada kita,

⁶⁹ Setiawan & Hasbi Assidiki Mauluddi, “*Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung*”, At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, Vol.5, No.2, 2019.h 243

⁷⁰ Setiawan & Hasbi Assidiki Mauluddi, “*Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung*”, At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, Vol.5, No.2, 2019.h 254

kemudian kita berikan kepada mereka yang sangat membutuhkannya. Dengan mentaati ajaran Islam maka tidak ada bahaya atau dosa ketika mengkonsumsi benda-benda ekonomi yang halal yang disediakan Allah karena kemurahan-Nya. Selama konsumsi ini merupakan upaya pemenuhan kebutuhan yang membawa kemanfaatan bagi kehidupan dan peran manusia untuk meningkatkan ketaqwaan kepada Allah maka Allah telah memberikan anugrah-Nya bagi manusia.

Pada akhirnya konsumsi seorang muslim secara keseluruhan harus dibingkai oleh moralitas yang dikandung dalam Islam sehingga tidak semata – mata memenuhi segala kebutuhan. Allah memberikan makanan dan minuman untuk keberlangsungan hidup umat manusia agar dapat meningkatkan nilai-nilai moral dan spiritual. Seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan terimakasih setelah makan.⁷¹

Konsumen non muslim tidak mengenal istilah halal atau haram dalam masalah konsumsi. Karena itu dia akan mengkonsumsi apa saja, kecuali jika dia tidak bisa memperolehnya, atau tidak memiliki keinginan untuk mengkonsumsinya. Adapun konsumen muslim berkomitmen dengan kaidah-kaidah dan hukum-hukum yang disampaikan

⁷¹ Setiawan & Hasbi Assidiki Mauluddi, “*Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung*”, *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol.5, No.2, 2019.h 345

dalam syariat untuk mengatur konsumsi agar mencapai kemanfaatan konsumsi seoptimal mungkin, dan mencegah penyelewengan dari jalan kebenaran dan dampak madharatnya, baik bagi konsumen sendiri maupun yang selainnya.⁷²

Berikut ini merupakan kaidah-kaidah terpenting dalam konsumsi:⁷³

- a. Kaidah Syariah. Yaitu menyangkut dasar syariat yang harus terpenuhi dalam melakukan konsumsi.
- b. Kaidah Akidah, yaitu mengetahui hakikat konsumsi adalah sebagai sarana untuk ketaatan/ beribadah sebagai perwujudan keyakinan manusia sebagai makhluk yang mendapatkan beban khalifah dan amanah di bumi yang nantinya diminta pertanggungjawaban oleh penciptanya. Jika seorang muslim menikmati rizki yang dikaruniakan Allah kepadanya, maka demikian itu bertitik tolak dari akidahnya bahwa ketika Allah memberikan nikmat kepada hamba-hamba-Nya, maka Dia senang bila tanda nikmat-Nya terlihat pada hamba-hamba-Nya.
- c. Kaidah Ilmiah, yaitu seorang ketika akan mengkonsumsi harus tahu ilmu tentang barang yang akan dikonsumsi dan

⁷² Setiawan & Hasbi Assidiki Mauluddi, “*Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung*”, At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, Vol.5, No.2, 2019.h 346

⁷³ Setiawan & Hasbi Assidiki Mauluddi, “*Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung*”, At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, Vol.5, No.2, 2019.h 348

hukamhukum yang berkaitan dengannya, apakah merupakan sesuatu yang halal atau haram baik ditinjau dari zat, proses, maupun tujuannya sesuai dengan al-Qur'an dan as-Sunnah.⁷⁴

- d. Kaidah Amaliah, yaitu merupakan aplikasi dari kedua kaidah yang sebelumnya, maksudnya memperhatikan bentuk barang konsumsi. Sebagai konsekuensi akidah dan ilmu yang telah diketahui tentang konsumsi islami tersebut, seseorang ketika sudah berakidah yang lurus dan berilmu, maka dia akan mengkonsumsi hanya yang halal serta menjauhi yang haram atau syubhat.⁷⁵
- e. Kaidah Kuantitas. Yaitu tidak cukup bila barang yang dikonsumsi halal, tapi dalam sisi kuantitas (jumlah) nya harus juga dalam batas-batas syariah, yang dalam penentuan kuantitas ini memperhatikan beberapa faktor ekonomis, sebagai berikut: Sederhana, yaitu mengkonsumsi yang sifatnya tengah-tengah antara menghamburkan harta (boros) dengan pelit, tidak bermewah-mewah, tidak mubadzir, hemat.

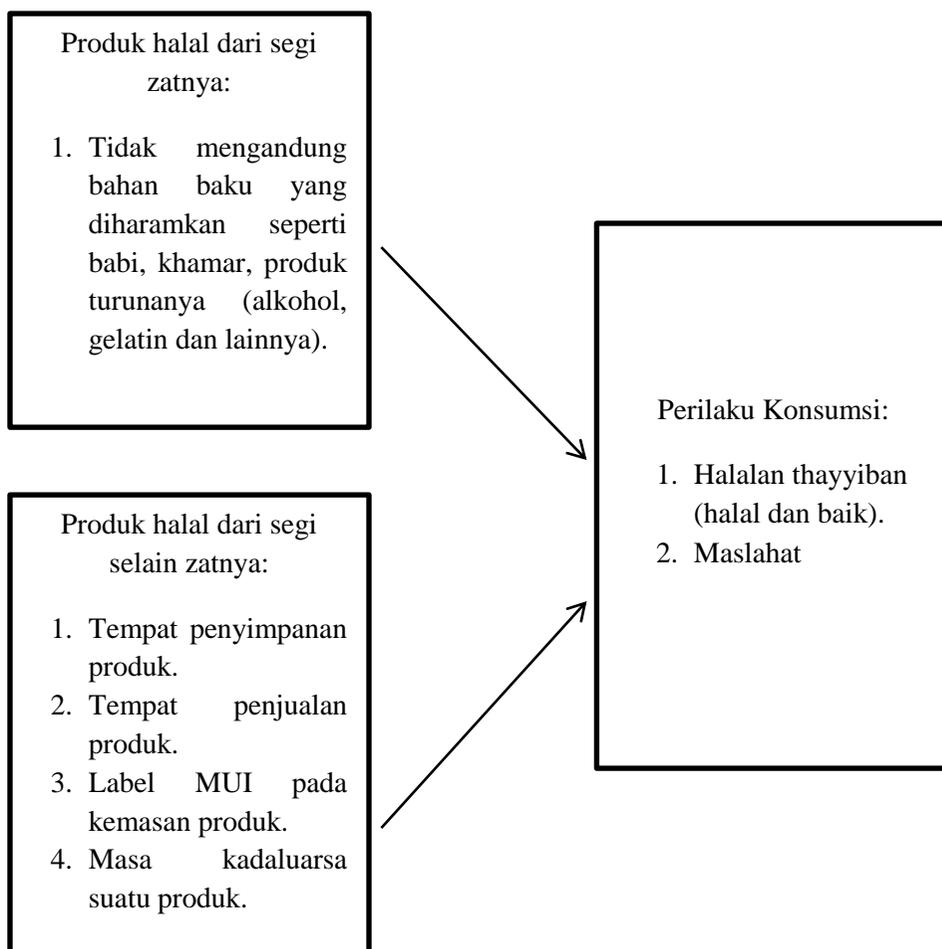
⁷⁴ Setiawan & Hasbi Assidiki Mauluddi, “Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung”, At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, Vol.5, No.2, 2019.345

⁷⁵ Setiawan & Hasbi Assidiki Mauluddi, “Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung”, At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, Vol.5, No.2, 2019.h 346

B. Kerangka Teori

Dalam hal ini produk halal dapat mempengaruhi perilaku konsumsi. Produk halal merupakan independent (X), sedangkan perilaku konsumsi merupakan dependent (Y). Kerangka teoritis ini secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Keterkaitan Antara Variabel Independent (X) dengan Variabel Dependent (Y)



Dari gambar 2.1 dapat terlihat bahwa variabel produk halal secara langsung dapat mempengaruhi perilaku konsumsi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif, yaitu suatu penelitian yang mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena, peristiwa, gejala, dan kejadian yang terjadi secara faktual, sistematis, serta akurat dengan menggunakan angka yang menggambarkan karakteristik subjek yang diteliti. Fenomena tersebut dapat berupa bentuk, aktivitas, hubungan, karakteristik, serta persamaan maupun perbedaan antar fenomena.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mengkaji tentang perilaku konsumsi produk halal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik

pengambilan sampel pada umumnya digunakan random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁷⁶

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan secara *online* menggunakan *Google Form* dikarenakan terkendala dengan adanya pembatasan sosial skala besar pada masyarakat sebagai dampak pandemi *Covid-19*.

C. Informan Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷⁷ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester 7 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu yang berjumlah 395 mahasiswa yang mencakup seluruh program studi Strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 14

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 117

IAIN Bengkulu yaitu, Program Studi Ekonomi Syariah, Program Studi Perbankan Syariah, Program Studi Manajemen Haji dan Umrah dan Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf.

2. Sampel

Menurut Sugiyono yang dimaksud dengan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁷⁸ Untuk itu sampel yang digunakan harus benar-benar bersifat *representative* (mewakili). Teknik sampling yaitu untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* yaitu, teknik yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik *Non Probability Sampling* yang digunakan adalah teknik *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria pengambilan sampel adalah mahasiswa aktif semester 7 dengan pertimbangan karena telah memiliki pengetahuan tentang perilaku konsumsi dan beragama Islam. Berdasarkan perhitungan Slovin, sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 132 orang

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 118

yang berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu.

D. Sumber Data

Di dalam penelitian ini memerlukan data yang relevan dengan permasalahan yang dibahas. Sumber data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini yaitu menggunakan data primer. Data primer adalah data yang langsung diberikan oleh orang yang berkepentingan dengan data tersebut, sehingga asal usul, kelemahan dan informasi yang terdapat pada data primer memerlukan pengolahan lebih lanjut agar dapat digunakan sebagai sumber penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah-langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, yaitu kuesioner yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih.

Data kuesioner yang dikumpulkan dari responden kemudian diukur dengan skala pengukuran instrument. Untuk menentukan nilai dari kuesioner maka menggunakan skala likert. Setiap item dari kuesioner memiliki 5 jawaban dengan masing-masing nilai atau skor yang berbeda. Berikut

ini nilai atau skor penilaian dari setiap pernyataan dalam kuesioner yang dijawab oleh responden.

Tabel 3.1
Nilai atau Skor Penilaian Kuesioner

No.	Pilihan Jawaban	Nilai atau Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁷⁹

Teknik analisis data penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu bagian dari statistika yang mempelajari cara pengumpulan dan penyajian data, sehingga dapat mudah dipahami. Dalam penelitian ini data disajikan dalam bentuk tabel yang berisikan jumlah responden yang menjawab setiap

⁷⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 207

item pernyataan yang telah disediakan pada kuesioner di *Google Form*.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Gambaran umum penelitian bertujuan untuk melihat profil dari data penelitian yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden sehingga dapat memberi informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil dari penelitian.

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	55	42%
Perempuan	77	58%
Total	132	100%

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa jenis kelamin laki-laki terdapat 55 orang atau sebesar 42%. Sedangkan jenis kelamin perempuan terdapat 77 orang atau sebesar 58%. Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu yang menjadi responden lebih banyak perempuan daripada laki-laki.

2. Usia

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
21 Tahun	44	33%
22 Tahun	80	61%
23 Tahun	8	6%
Total	132	100%

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa usia mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu yang berusia 21 tahun sebanyak 44 orang atau sebesar 33%, yang berusia 22 tahun sebanyak 80 orang atau sebesar 61%, dan yang berusia 23 tahun sebanyak 8 orang atau sebesar 6%. Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu yang menjadi responden terbanyak adalah yang berusia 22 tahun.

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti, maka diperoleh data tanggapan responden yang diolah secara kuantitatif untuk mengetahui perilaku konsumsi

mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dalam membeli produk halal.

Hasil tanggapan mahasiswa pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Tanggapan Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu terhadap
Pembelian Produk Halal

No	Pernyataan	Jumlah yang Menjawab				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli produk halal yang tidak mengandung bahan baku babi	1	0	7	30	94
2	Saya membeli produk halal yang tidak mengandung bahan baku alkohol yang sengaja ditambahkan	1	1	7	30	93
3	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penyimpanan produk	2	1	12	35	82
4	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penjualan produk	0	0	35	26	71
5	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan label halal MUI pada kemasan	0	0	0	0	132

6	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan masa kadaluarsa produk pada kemasan	1	0	3	28	100
---	--	---	---	---	----	-----

Sumber: Data diolah, 2021.

C. Pembahasan

Berdasarkan tabel 4.3, tanggapan mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu terhadap pembelian produk halal menunjukkan bahwa mahasiswa yang membeli produk halal yang tidak mengandung bahan baku babi sebanyak 94 mahasiswa menjawab sangat setuju, 30 mahasiswa menjawab setuju, 7 mahasiswa menjawab netral, dan 1 mahasiswa yang menjawab sangat tidak setuju. Selanjutnya, mahasiswa yang membeli produk halal yang tidak mengandung bahan baku alkohol yang sengaja ditambahkan menunjukkan hasil 93 mahasiswa menjawab sangat setuju, 30 mahasiswa menjawab setuju, 7 mahasiswa menjawab netral, 1 menjawab tidak setuju, dan 1 mahasiswa menjawab sangat tidak setuju.

Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu yang membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penyimpanan produk menunjukkan hasil 82 mahasiswa menjawab sangat setuju, 35 mahasiswa menjawab setuju, 12 mahasiswa menjawab netral, 1 mahasiswa menjawab tidak setuju, dan 2 mahasiswa menjawab sangat tidak setuju. Selanjutnya, mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu yang membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penjualan produk menunjukkan hasil 71 mahasiswa menjawab sangat setuju, 26 mahasiswa menjawab setuju, dan 35 mahasiswa menjawab netral.

Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu yang membeli produk halal dengan memperhatikan label halal MUI pada kemasan menunjukkan hasil 132 mahasiswa menjawab sangat setuju. Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu yang membeli produk halal dengan memperhatikan masa kedaluwarsa produk pada kemasan menunjukkan hasil 100 mahasiswa menjawab sangat setuju, 28 mahasiswa menjawab setuju, 3 mahasiswa menjawab netral, dan 1 mahasiswa menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu yang terbanyak adalah pada item pernyataan nomor 5, yaitu mahasiswa membeli produk halal dengan memperhatikan label halal MUI pada kemasan dengan jumlah yang sangat setuju sebanyak 132 mahasiswa. Sedangkan, tanggapan mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu yang paling sedikit adalah pada item pernyataan nomor 4, yaitu mahasiswa membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penjualan produk dengan jumlah 71 mahasiswa yang sangat setuju.

Hal tersebut mengindikasikan bahwa, perilaku konsumsi mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu dalam membeli produk halal sangat memperhatikan keberadaan label halal MUI pada kemasan produk, yang mana sesuai dengan dasar pengetahuan mengenai pentingnya label halal pada kemasan produk yang akan dikonsumsi. Sementara itu, untuk tempat penjualan produk tidak begitu diperhatikan oleh mahasiswa karena berdasarkan tanggapan menunjukkan hasil yang terendah. Tempat penjualan produk tidak terlalu diperhatikan oleh mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu karena mereka lebih mementingkan kualitas produk yang dibeli. Sebagai mahasiswa yang dinaungi oleh perguruan tinggi Islam, mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu sangat memperhatikan pemilihan makanan halal dan thayyib dalam kehidupan sehari-hari. Melihat label halal pada Kemasan

merupakan cara menjaga agar selalu mengkonsumsi makanan halal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari tanggapan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu yang terbanyak, yaitu mahasiswa membeli produk halal dengan memperhatikan label halal MUI pada kemasan. Sedangkan, pada tempat penjualan produk tidak begitu diperhatikan oleh mahasiswa karena berdasarkan tanggapan menunjukkan hasil yang terendah. Hal ini menunjukkan bahwa ternyata label halal MUI sangat diperhatikan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu, sesuai dengan latar belakang pendidikan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu yang berasal dari perguruan tinggi yang berbasis agama Islam.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Sebagai Muslim yang baik, sangat diwajibkan untuk memperhatikan produk sebelum dikonsumsi agar terhindar dari mengonsumsi produk haram. Produk halal

di pasaran dapat dilihat dari label halal MUI dan masa kadaluarsa yang berada pada kemasan produk tersebut. Selain itu hendaknya juga memperhatikan komposisi pada produk, tempat penyimpanan dan tempat penjualan produk.

2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar lebih meneliti dengan jumlah populasi dan sampel yang diperluas. Dan mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan produk halal .

DAFTAR PUSTAKA

Aldila Septiana, *"Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam"*,
Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016.

Al-Ghazali.*Etika Islam Bimbingan Awal Menuju Hidayah Ilahi.*
Bandung (ID) : Pustaka Setia. 2007

Ali Rosidi., Tatik Musdianingwati., Agus Suyanto., Muh Yusuf.,
& Enik Sulistyowati, *"Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa
dalam Keputusan Pembelian Produk Halal"*, Jurnal Gizi
UNIMUS, Vol.7, No. 2, 2018.

Burhanuddin.*Hukum Perlindungan Konsumen.* Malang (ID): UIN
Maliki. 2011

Dwiwiyati Astogini , Wahyudin, & Siti Zulaikha Wulandari,
*"Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk
Halal (Studi tentang Labelisasi Halal pada Produk
Makanan dan Minuman Kemasan)"*, JEBA, Vol.13, No.1,
2011.

Endang S. Soesilowati, dan Chitra Indah Yuliana, *"Komparasi
Perilaku Konsumen Produk Halal di Area Mayoritas dan
Minoritas Muslim"*, Jurnal Ekonomi dan Pembangunan,
Vol.21, No.2, 2013.

Harun Nasution, dkk. *Ensiklopedi Islam Indonesia*, (Jakarta: Djambatan, 1992).

Khalek, A. A. dan S. H. S. Ismail. *Why are We Eating Halal – Using the Theory of Planned Behavior in Predicting Halal Food Consumption among Generation Y in Malaysia. International Journal of Social Science and Humanity* 5(7): 608-612. 2015

Maulidia, Rahmah, “*Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal bagi Konsumen*”, *Justitia Islamica*, Vol.10, No.2, 2013.

Mochammad Arif Budiman, Mairijani, & Nurhidayati, “*Persepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim terhadap Produk Halal*”, *ASBIS POLIBAN*, Vol.4, 2019.

Nurain, Harahap. “*Analisis Perilaku Konsumen Produk Halal di Kota Medan*“. *Disertasi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan. 2020

Nurul Huda, Hulmansyah, & Nova Rini, “*Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi Produk Halal pada Kalangan Mahasiswa Muslim*”, *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol.2, No. 2, 2018.

Setiawan & Hasbi Assidiki Mauluddi, “*Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung*”, *At-*

Tijaroh: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, Vol.5,
No.2, 2019.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.*
Bandung: Alfabeta. 2016

Suharyono, “ *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi
Islam* “, Al-Intaj, Vol.4, No.2, 2018.

L

A

M

P

I

R

A

N



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor: 0124/In.11/ F.IV/PP.00.9/01/2021

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Dr. Asnaini, MA
N I P. : 197304121998032003
TUGAS : Pembimbing I
2. N A M A : Herlina Yustati, MA, Ek
N I P. : 198505222019032004
TUGAS : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft jurnal ilmiah, kegiatan penelitian ini dilakukan sampai persiapan ujian tugas akhir bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

1. N a m a : Annisah Monica Juliyanti
Nim : 1711130130
Prodi : Ekonomi Syariah
2. N a m a : Rheesty Illahyana
Nim : 1711130120
Prodi : Ekonomi Syariah
3. N a m a : Zul Fikri
Nim : 1711130129
Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Tugas Akhir : PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK HALAL PADA MAHASISWA DI KOTA BENGKULU.

Keterangan : JURNAL ILMIAH

Demikian surat penunjukkan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.



Tembusan :

1. Wakil Rektor I;
2. Dosen yang bersangkutan;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimil (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN JURNAL

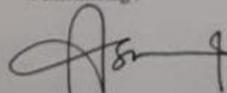
Nama/NIM/Prodi : Zul Fikri/1711130129/Ekonomi Syariah
Penulis ke : 1/2/3
Nama Jurnal : Journal of Islamic Economic and Philanthropy
Status Jurnal : Belum Terakreditasi
Peringkat Jurnal : -
Judul TA/Skripsi : Perilaku Konsumsi Produk Halal pada Mahasiswa Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu.

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Pembimbing	Paraf Pembimbing
1.	Senin/4 Januari 2021	Acc judul jurnal	Lanjutkan, serta tentukan metode penelitian yang tepat.	
2.	Rabu/13 Januari 2021	Pendahuluan	Mencari data empiris terkait dengan penelitian, teknik pengumpulan data yang representatif.	
3.	Rabu/20 Januari 2021	Literatur review	Minimal memiliki 30 penelitan terdahulu.	
4.	Jumat/21 Mei 2021	Pembahasan	Rumusan masalah, data, hasil	

			hasil pembahasan sesuai dengan jumlah anggota kelompok.	A
5.	Kamis/8 Juli 2021	Latar Belakang dan Daftar Pustaka	Analisis empiris, analisis teori, isu dan tujuan tulisan. Dan penambahan daftar pustaka dari sumber jurnal.	A
6.	Semin/12 Juli 2021	Artikel	Mengsinkronkan antara judul, tujuan, teori, data, pembahasan, dan kesimpulan.	A
7.	Selasa/27 Juli 2021	Artikel	Penulisan singkatan dan tambahan teori produk halal dan perilaku konsumen.	A

Bengkulu, 24 Juli 2021

Pembimbing I



Dr. Asnaini, MA
NIP.197304121998032000



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimil (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN JURNAL

Nama/NIM/Prodi : Zul Fikri/1711130129/Ekonomi Syariah
Penulis ke : 1/2/3
Nama Jurnal : Journal of Islamic Economic and Philanthropy
Status Jurnal : Belum Terakreditasi
Peringkat Jurnal : -
Judul TA/Skripsi : Perilaku Konsumsi Produk Halal pada Mahasiswa Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu.

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Pembimbing	Paraf Pembimbing
1.	Kamis/28 Januari 2021	Metode Penelitian	Pelajari metode penelitian yang akan digunakan	U
2.	Senin/8 Februari 2021	Kuesioner Penelitian	Membuat kisi-kisi kuesioner penelitian dan lakukan penelitian.	U
3.	Selasa/20 April 2021	Hasil Penelitian	Tambahkan pada pembahasan dan lanjutkan ke pembimbing I	U

Bengkulu, 25 Juli 2021
Pembimbing II


Herlina Yustati, MA., EK
NIP.198505222019032004

KUESIONER PENELITIAN

PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK HALAL PADA MAHASISWA DI KOTA BENGKULU

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Jenis Kelamin :
Usia :
Fakultas :
Semester :

PETUNJUK PENGISIAN

Silakan jawab pertanyaan sesuai dengan pengalaman Anda sebagai konsumen dengan memberikan tanda *checklist* (√) pada kolom yang disediakan sesuai dengan penilaian Anda. Setiap pernyataan terdiri dari lima pilihan jawaban yaitu:

STS : Sangat Tidak Setuju skor 1
TS : Tidak Setuju skor 2
N : Netral skor 3
S : Setuju skor 4
SS : Sangat Setuju skor 5

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli produk halal yang tidak mengandung bahan baku babi					
2	Saya membeli produk halal yang tidak mengandung bahan baku alkohol yang sengaja ditambahkan					
3	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penyimpanan produk					
4	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan					

	tempat penjualan produk					
5	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan label halal MUI pada kemasan					
6	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan masa kadaluarsa produk pada kemasan					



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama Mahasiswa
NIM
Judul Skripsi

21 Feb
1211130129

NO	Tanggal	Masalah	Saran
		Teknik sampling & kriteria Alasan Fenomena. Objek Mahasiswa FEBI smt 8. alasan hrs tepat dan datanya	

Bengkulu, 30 Juli 2021
Penguji I/II

[Signature]
Eka S. Lubis, MM
NIP



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53878 Faksimil (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama Mahasiswa : Zul Eka
NIM : 1211120129
Judul Skripsi :

NO	Tanggal	Masalah	Saran
		- Jembat Sekolah - Tanggapan pempow Hendukung paku Materi yang sudah sudah melihat persep Kempow	

Bengkulu 20 Juli 2021
Penguji

[Signature]
NIP



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51278-51171-51172-53279 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

Perilaku Konsumsi Produk Halal pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam (FEBI) IAIN Bengkulu

Nama/NIM/Prodi : Zul Fikri/1711130129/Ekonomi Syariah
Penulis ke : 1/2/3 (Lingkari)
Nama Jurnal : Journal of Islamic Economics and Philanthropy
Status Jurnal : Terakreditasi/Belum Terakreditasi
Peringkat Jurnal : ISSN 2655-335X
Judul Artikel : Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal pada
Mahasiswa di Kota Bengkulu

Dapat disetujui untuk diajukan dalam kegiatan presentasi artikel jurnal sebagai
tugas akhir / skripsi dalam ujian munaqasyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Bengkulu.

Bengkulu, 28 Juli 2021

DzulHijjah 1442 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Anisani, MA
NIP. 197304121998032000

Herlina Yustati, MA., Ek
NIP. 198505222019032004

Tabulasi Data Produk Halal PTKIN (FEBI IAIN BENGKULU)

No. Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Total
1	5	4	5	5	5	4	28
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	5	4	5	5	29
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	4	3	5	5	27
7	5	5	5	3	5	5	28
8	4	4	3	3	5	4	23
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	5	4	5	5	5	29
11	5	5	3	4	5	4	26
12	5	5	5	3	5	5	28
13	5	5	5	4	5	5	29
14	5	5	5	3	5	5	28
15	4	4	3	3	5	3	22
16	5	2	5	5	5	5	27
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	5	5	5	5	30
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	4	4	5	4	27
21	5	5	5	5	5	5	30
22	5	5	5	5	5	5	30
23	5	4	4	4	5	5	27
24	3	3	3	3	5	4	21
25	5	5	5	4	5	5	29
26	5	4	4	4	5	5	27
27	3	1	1	5	5	1	16
28	3	3	4	3	5	4	22
29	5	5	5	5	5	5	30
30	5	5	5	5	5	5	30
31	5	5	5	5	5	5	30
32	3	3	3	3	5	3	20
33	5	5	4	4	5	5	28
34	4	4	3	3	5	4	23
35	5	5	5	5	5	5	30
36	5	5	5	3	5	5	28
37	5	5	4	5	5	5	29
38	5	5	4	4	5	5	28
39	5	5	5	3	5	5	28
40	5	5	5	5	5	5	30
41	4	5	5	5	5	4	28
42	5	5	5	5	5	5	30
43	5	5	5	3	5	5	28
44	5	5	5	5	5	5	30

No. Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Total
45	5	5	4	5	5	5	29
46	5	5	5	3	5	5	28
47	5	5	5	5	5	5	30
48	5	5	2	5	5	4	26
49	5	5	4	4	5	5	28
50	5	5	5	5	5	5	30
51	5	5	4	3	5	5	27
52	5	5	4	5	5	5	29
53	5	4	3	5	5	5	27
54	1	5	1	3	5	5	20
55	4	4	4	4	5	5	26
56	5	5	5	5	5	5	30
57	5	5	3	3	5	5	26
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	5	5	3	5	5	28
60	5	5	5	5	5	5	30
61	5	5	5	4	5	5	29
62	5	3	3	3	5	4	23
63	5	5	5	5	5	5	30
64	5	5	5	3	5	5	28
65	4	4	4	4	5	4	25
66	5	5	3	5	5	5	28
67	5	5	5	5	5	5	30
68	5	5	5	3	5	5	28
69	4	4	5	4	5	3	25
70	4	4	4	4	5	5	26
71	5	5	4	3	5	4	26
72	4	5	5	5	5	4	28
73	4	4	4	4	5	4	25
74	5	4	5	3	5	5	27
75	4	4	5	5	5	5	28
76	5	5	5	3	5	5	28
77	4	5	5	5	5	4	28
78	3	5	5	3	5	5	26
79	4	5	5	5	5	5	29
80	5	5	5	5	5	5	30
81	5	5	5	5	5	5	30
82	5	4	4	4	5	5	27
83	4	5	5	5	5	4	28
84	5	5	5	4	5	5	29
85	5	5	5	5	5	5	30
86	5	5	5	5	5	4	29
87	3	3	3	5	5	5	24
88	5	5	5	5	5	4	29
89	4	5	5	5	5	5	29

No. Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Total
90	5	5	5	5	5	5	30
91	4	5	5	5	5	5	29
92	4	5	5	3	5	5	27
93	5	3	4	5	5	5	27
94	5	5	5	5	5	5	30
95	5	4	5	5	5	5	29
96	4	5	3	4	5	5	26
97	3	5	5	3	5	5	26
98	4	5	4	3	5	4	25
99	5	4	5	5	5	5	29
100	4	5	4	5	5	4	27
101	5	4	5	4	5	5	28
102	5	5	4	3	5	4	26
103	4	5	5	3	5	5	27
104	5	4	5	5	5	5	29
105	5	5	5	3	5	5	28
106	5	5	5	3	5	4	27
107	4	5	4	5	5	4	27
108	4	5	4	5	5	5	28
109	5	5	5	5	5	5	30
110	4	4	5	3	5	5	26
111	5	5	5	5	5	5	30
112	4	5	4	5	5	5	28
113	5	5	5	5	5	5	30
114	5	5	4	5	5	5	29
115	5	4	5	4	5	5	28
116	5	4	5	5	5	5	29
117	4	5	5	4	5	5	28
118	4	5	4	5	5	5	28
119	5	5	5	4	5	4	28
120	5	4	5	3	5	5	27
121	5	4	5	4	5	4	27
122	4	3	4	4	5	5	25
123	5	4	5	5	5	5	29
124	4	5	4	5	5	5	28
125	5	4	5	4	5	5	28
126	5	4	5	5	5	4	28
127	5	5	4	5	5	4	28
128	5	5	4	5	5	5	29
129	5	4	5	5	5	5	29
130	5	4	4	5	5	4	27
131	4	5	4	5	5	5	28
132	5	4	4	3	5	5	26
Total	612	609	590	564	660	622	



LETTER OF ACCEPTANCE

No. 007/JIEP/007/2021

Yth,

Annisah Monica Jullyanti, dkk
Institut Agama Islam Negeri Bengkulu
annisahmo1998@gmail.com

Assalamu'alaikum.wr.wb

Dengan surat ini kami menginformasikan bahwa jurnal dengan judul :

**PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK HALAL PADA MAHASISWA
DI KOTA BENGKULU**

Telah **diterima** untuk di publikasikan pada jurnal **Journal of Islamic Economics and Philanthropy** dan akan dijadwalkan terbit pada **Volume 4, Nomor 3, Agustus 2021**. Berdasarkan Rekomendasi Dewan Editorial tanpa koreksi besar dalam konten yang dikirimkan oleh penulis. Surat ini adalah konfirmasi resmi penerimaan paper penelitian anda.

Jurnal ini diterbitkan oleh Universitas Darussalam Gontor. Setiap paper yang terbit akan diberikan Digital Object Identifier (DOI) untuk memfasilitasi visibilitas dan indeksasi artikel tentang pengindeks Nasional dan Internasional.

Terimakasih jika anda memiliki pertanyaan jangan ragu untuk menghubungi kami.
Wassalammu'alaikum wr.wb.

Jawa Timur, 26 Juli 2021
Chief Editor



Azdini Rofiqo, S.E.I., M.E.

PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK HALAL PADA MAHASISWA DI KOTA BENGKULU

Annisah Monica Juliyanti¹, Rheesty Ilahiyana², Zul Fikri³,
Asnaini², Herlina Yustati²

(annisahmo1998@gmail.com, rheesty1@gmail.com, zulfikri16022@gmail.com,
asnaasnaini@gmail.com, herlina.yustati@iainbengkulu.ac.id)

Abstract

Especially in the city of Bengkulu, there are two types of universities. In this research, the main attraction is PTKIN Bengkulu State Islamic Institute and PTN Bengkulu University. Based on observations made by researchers, it gives an attraction that some students from Bengkulu University have very detailed consumer behavior towards halal products, while knowledge about the definition of halal products is not so deeply discussed in their lecture world. Meanwhile, there are several students from the Bengkulu State Islamic Institute who are already well-known for their universities based on the Islamic religion, but are still not very detailed in the selection of halal products. By using a quantitative approach method based on the type of primary data through observation techniques with a sample of 132 FEBI IAIN students and 132 FEB UNIB students in Bengkulu City. Based on the results of the t-test calculation, the t-value is 1.42. Furthermore, that value is t_{hitung} compared with the t_{tabel} , which is 2.01. Based on the results of t_{hitung} in this study, it is known that $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ is $1.42 < 2.01$, so there is no significant difference in the consumption behavior of halal products in students of FEBI IAIN Bengkulu and FEB UNIB, although the groups of students who come from different scientific bases namely from Islamic universities and the general public did not show significant differences in consuming the product.

Keyword: Halal Product, Consumer Behavior, College Student.

PENDAHULUAN

Pasar produk halal sangat diminati oleh masyarakat kota Bengkulu terkhususnya bagi umat muslim. Produk halal tentu saja menjadi pilihan yang tepat untuk para konsumen muslim baik dari kalangan orang tua maupun dari kalangan mahasiswa. Produk halal tidak hanya berupa labelisasi halal, namun dapat dilihat dari komposisi ataupun dari masa kedaluwarsa produk tersebut. Ensiklopedi Islam Indonesia menjelaskan bahwa halal artinya "tidak dilarang" dan "diizinkan" melakukan atau memanfaatkannya.¹

Pentingnya pengetahuan masyarakat tentang produk halal menjadi tanggung jawab bersama. Salah satu pihak yang memiliki peran dalam memberikan edukasi kepada masyarakat adalah perguruan tinggi. Kota Bengkulu terdapat dua jenis

¹ Harun Nasution, *Ensiklopedi Islam Indonesia*, (Jakarta: Djambatan, 1992), h. 82

perguruan tinggi, baik Perguruan Tinggi Negeri maupun Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri. Mahasiswa pada kedua perguruan tinggi tersebut menjadi ikon di tengah-tengah masyarakat dalam mengonsumsi produk halal. Perbedaan signifikan antara kedua perguruan tinggi ini menjadi daya tarik peneliti untuk melihat perilaku konsumsi pada produk halal. Penulis memilih dua perguruan tinggi di Kota Bengkulu untuk menjadi objek penelitian yaitu Perguruan Tinggi Negeri Universitas Bengkulu dan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.

Kajian empiris yang berkaitan dengan perilaku konsumen terhadap produk halal menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Penelitian Nurul Huda, Hulmansyah, dan Nova Rini tahun 2018 melakukan penelitian dengan menyebar kuesioner terhadap 150 responden. Tujuan penelitiannya adalah menguji faktor pengetahuan, sikap, norma subyektif, kendali perilaku, dan komitmen beragama terhadap perilaku melalui intensi untuk konsumsi produk halal. Hasil penelitiannya menunjukkan variabel pengetahuan, sikap, norma subyektif, kendali perilaku, dan komitmen beragama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku melalui intensi untuk mengonsumsi produk halal.² Penelitian Mochammad Arif Budiman, Mairijani, dan Nurhidayati tahun 2019 yang bertujuan untuk mengungkap persepsi dan perilaku konsumsi produk halal, terutama di kalangan karyawan Politeknik Negeri Banjarmasin. Dengan menggunakan metode survei dan teknik analisis regresi berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap produk halal relatif sudah tinggi sebagaimana ditunjukkan oleh tingkat pengetahuan tentang produk halal, persepsi terhadap keamanan produk halal, dan persepsi terhadap kesehatan produk halal.³

Penelitian yang dilakukan oleh Ali Rosidi, Tatik Musdianingwati, Agus Suyanto, Muh Yusuf, & Enik Sulistyowati tahun 2018 bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pengetahuan dengan sikap mahasiswa dalam keputusan pembelian produk halal. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengetahuan mahasiswa tentang makanan halal berada pada kategori paling sedang sebesar 40,2% dan sikap positif sebesar 53,6%.⁴ Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan dan Hasbi Assidiki Mauluddi tahun 2019 bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli makanan halal. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa faktor religiusitas merupakan faktor yang signifikan dalam mempengaruhi konsumen dalam membeli produk halal. Sedangkan faktor lain seperti kesadaran halal, sertifikasi halal, dan kepercayaan tidak berpengaruh.⁵ Penelitian Dwiwiyati Astogini, Wahyudin, dan Siti Zulaikha Wulandari tahun 2011 yang melakukan

² Nurul Huda, Hulmansyah, Nova Rini, "Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal pada Kalangan Mahasiswa Muslim", *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 2, No. 2, 2018, h. 268

³ Mochammad Arif Budiman, Mairijani, Nurhidayati, "Persepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim terhadap Produk Halal", *ASBIS POLIBAN*, Vol. 4, No. 1, 2019, h. 192

⁴ Ali Rosidi dkk, "Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Produk Halal", *Jurnal Gizi UNIMUS*, Vol. 7, No. 2, 2018, h. 46

⁵ Setiawan, Hasbi Assidiki Mauluddi, "Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung", *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol. 5, No. 2, 2019, h. 242

penelitian di Kota Purwokerto yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian produk halal. Dengan menggunakan analisis regresi berganda menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen makanan dan minuman kemasan.⁶

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti, memberikan daya tarik bahwa beberapa mahasiswa dari Universitas Bengkulu memiliki perilaku konsumen terhadap produk halal sangat detail, sedangkan secara pengetahuan mengenai definisi produk halal tidak begitu dalam dibahas di dunia perkuliahan mahasiswa Universitas Bengkulu. Sedangkan, terdapat beberapa mahasiswa dari Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang dikenal dengan perguruan tinggi berlandaskan agama Islam, tentu saja telah diberikan pengetahuan yang begitu dalam mengenai produk halal. Namun, pada kenyataannya di lapangan masih terdapat beberapa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang tidak begitu detail memperhatikan produk halal. Hal ini tentu menjadi daya tarik bagi peneliti untuk meneliti lebih dalam terhadap perbandingan perilaku konsumen pada mahasiswa Universitas Bengkulu dan Institut Agama Islam Negeri Bengkulu dalam membeli produk halal di kota Bengkulu, mengingat mahasiswa yang berasal dari IAIN Bengkulu telah memperoleh informasi dan pembelajaran lebih banyak tentang produk halal dibandingkan dengan mahasiswa Universitas Bengkulu. Sehingga peneliti tertarik membandingkan perilaku konsumsi produk halal mahasiswa dari 2 perguruan tinggi dengan latar belakang pendidikan yang berbeda.

Hal ini menunjukkan adanya *research gap* sehingga dapat memunculkan celah untuk dilakukan penelitian kembali dengan objek dan metode penelitian yang berbeda. Dalam penelitian ini rumusan masalah terdiri dari pertama, bagaimana perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu. Kedua, bagaimana perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu. Ketiga, bagaimana perbandingan perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu, untuk mengetahui perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu, serta untuk membandingkan perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu, dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengkaji tentang perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu, serta perbandingan

⁶ Dwiyati Astogini, Wahyudin, Siti Zulaikha Wulandari, "Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang Labelisasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan)", JEBA, Vol. 13, No. 1, 2011, h. 7

perilaku konsumen dalam membeli produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu. Pendekatan penelitian adalah kuantitatif dengan jenis data primer yakni data yang diperoleh langsung dari pihak responden penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester 7 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu yang berjumlah 395 mahasiswa dan mahasiswa semester 7 Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu yang berjumlah 373 mahasiswa. Teknik dalam pengambilan sampel *Non Probability Sampling* dengan menggunakan metode *Purposive Sampling* (Sugiyono, 2016). Kriteria pengambilan sampel adalah mahasiswa aktif semester 7 dengan pertimbangan karena telah memiliki pengetahuan tentang perilaku konsumsi dan beragama Islam. Berdasarkan perhitungan Slovin, sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 264 orang dibagi menjadi dua mahasiswa yang berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu masing-masing berjumlah 132 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup, dalam penyebaran kuesioner ini karena terkendala dengan adanya pembatasan sosial skala besar pada masyarakat sebagai dampak pandemi Covid-19 maka penyebarannya dilakukan secara online menggunakan *google form*. Teknik analisis data penelitian adalah analisis deskriptif dan analisis beda menggunakan uji-t dua sampel berpasangan.

PEMBAHASAN

1. Teori Produk Halal

Bagi konsumen Muslim, sangat penting untuk mengetahui kategori produk yang mereka beli maupun gunakan apakah halal atau haram. Karena pada kenyataannya masih ditemukan bahwa konsumen tidak mendapat akses informasi yang cukup mengenai sertifikasi halal ataupun merek halal. Padahal pasar Muslim merupakan pasar yang relatif homogen karena ada prinsip-prinsip dan nilai-nilai tertentu yang mengikat semua konsumen Muslim secara bersama-sama. Di sisi lain terdapat kurangnya wawasan masyarakat mengenai hubungan antara konsep halal seperti kesadaran akan produk halal dan sertifikasi halal dengan minat pembelian.⁷

Istilah halal menurut Qardhawi adalah sebagai segala sesuatu yang boleh dikerjakan, dan syariat membenarkan serta orang yang melakukannya tidak kena sanksi dari Allah SWT.⁸ Halal, haram dan syubhat merupakan tiga kriteria dasar dalam menentukan suatu makanan boleh di makan atau dilarang untuk dikonsumsi. "Sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram pun jelas. Dan di antara keduanya ada hal-hal yang samar atau tidak jelas". (HR.

⁷ Setiawan, Hasbi Assidiki Mauluddi, "Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung", *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol. 5, No. 2, 2019, h. 233

⁸ Khalek A.A, S.H.S Ismail, "Why are We Eating Halal – Using the Theory of Planned Behavior in Predicting Halal Food Consumption among Generation Y in Malaysia", *International Journal of Social Science and Humanity*, Vol. 5, No. 7, 2015, h. 608

Bukhari).⁹ Isu halal-haram mencakup segala aktivitas termasuk pemilihan dalam makanan yang akan berdampak pada jasmani dan rohani seseorang. Konsep konsumsi itu sendiri dalam perspektif Islam didefinisikan sebagai pemenuhan kebutuhan barang dan jasa, dengan ketentuan harus halal dan benar sesuai syariah.

Produk halal mengacu pada produk-produk yang memenuhi syarat syar'i yang mencegah keharaman, baik ditinjau dari segi zatnya maupun selain zatnya.¹⁰ Kesadaran individual untuk berperilaku halal diikuti gerakan kolektif membangun kehidupan yang lebih baik dengan standar, prinsip, dan nilai yang relevan dengan tuntutan syariat Islam. Menurut Al-Ghazali, yang mengakibatkan makanan (benda) bisa menjadi haram karena jenisnya yang haram, seperti khamar, babi, dan sebagainya, termasuk di dalamnya produk-produk dari turunannya (alkohol, gelatin, dan lainnya), dan haram karena cara memperolehnya yang termasuk di dalamnya adalah harta untuk memperolehnya dan proses membuatnya.¹¹

Dalam hal ini, Allah SWT serukan kepada makhluk-Nya untuk menikmati makanan yang baik-baik dalam kehidupannya serta menjauhi segala jenis makanan yang buruk dan menjijikkan. Perintah ini sebagai perintah yang penting karena memiliki persentuhan dengan tauhid. Orang yang memakan makanan yang jelek dan menjijikkan sama artinya telah mengikuti langkah-langkah syetan. Tidak hanya menjerumuskan manusia kepada yang memudharatkannya dengan memakan makanan yang jelek, syaitan juga mengajak manusia untuk menghalalkan apa yang telah diharamkan Allah. Jika seseorang sudah mengikuti langkah-langkah syaitan, bukankah orang ini telah terganggu tauhidnya.¹²

Pada dasarnya barang yang dihalalkan untuk dikonsumsi itu lebih banyak dari pada yang diharamkan. Hal ini sejalan dengan kaidah fikih yang menjelaskan bahwa hukum asal dari tiap-tiap sesuatu adalah boleh, hingga ada dalil yang jelas mengharamkannya. Produk halal identik dengan produk sehat karena bersahabat dengan *maqasid syariah*, dan memotivasi untuk sehat di dunia dan akhirat merupakan salah satu tujuan mengkonsumsi produk halal. Pengetahuan produk mempengaruhi secara signifikan terhadap niat untuk membeli produk dan juga pengetahuan produk halal dapat juga secara langsung mempengaruhi sikap.¹³ Berkaitan dengan produk halal, *maqasid syariah* yang memiliki makna jika dilihat dari *mufrad*, yakni *maqasid* artinya tujuan/target. Sedangkan secara istilah *maqasid* merupakan tujuan/rahasia Allah SWT.

⁹ Rahmah Maulidia, "Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal bagi Konsumen", *Justitia Islamica*, Vol. 10, No. 2, 2013, h. 386

¹⁰ Burhanuddin, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Malang: UIN Maliki, 2011), h. 95

¹¹ Al-Ghazali, *Etika Islam Bimbingan Awal Menuju Hidayah Ilahi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2007), h. 45

¹² Nurain Harahap, Disertasi: "Analisis Perilaku Konsumen Produk Halal di Kota Medan", (Sumatera Utara: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020), h. 3

¹³ Endang S. Soesilowati, Chitra Indah Yuliana "Komparasi Perilaku Konsumen Produk Halal di Area Mayoritas dan Minoritas Muslim", *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, Vol. 21, No. 2, 2013, h. 176

Dalam setiap hukum syari'atnya untuk merealisasikan kemashlahatan umat. Dalam kaidahnya sesungguhnya syariat bertujuan untuk mewujudkan kemashlahatan manusia di dunia menuju akhirat. Secara umum *maqasid syariah* memiliki makna bahwasannya sebuah gagasan dalam hukum Islam bahwa syari'at diturunkan Allah SWT. untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu.

2. Teori Perilaku Konsumsi dalam Islam

Perilaku konsumsi adalah bagian dari tindakan konsumsi. Perilaku yaitu tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan. Perilaku yang bersumber dari dalam diri sendiri adalah perilaku yang memang sudah ada sejak lahir dan semakin terbentuk dengan adanya pembentukan karakter yang ditanamkan oleh lingkungan terdekat seperti keluarga. Perilaku seseorang yang baik salah satunya terbentuk karena memang mendapatkan arahan dan pelajaran dari faktor luar. Konsumsi adalah menghabiskan atau menggunakan suatu nilai barang atau jasa. Menurut ilmu ekonomi, konsumsi adalah setiap kegiatan memanfaatkan, menghabiskan kegunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dalam upaya menjaga kelangsungan hidup.

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas dan konsumsi, baik dalam bentuk kepuasan materil maupun spiritual. Dalam Islam juga sudah sangat jelas dijelaskan tentang aturan dalam melakukan segala perbuatan, baik buruk, halal haram yang termaktub dalam Al-qur'an, hadis, dan ijma ulama. Nilai dasar yang menjadi fondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim, yaitu: 1) Keyakinan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan seorang konsumen untuk mengutamakan konsumsi untuk akhirat daripada dunia; 2) Konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan, kebenaran dan ketaqwaan kepada Allah SWT merupakan kunci moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan menjauhkan diri dari kejahatan; 3) Kedudukan harta adalah merupakan anugrah Allah SWT dan bukan sesuatu yang bersifat buruk. Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup, jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar.

Perilaku konsumsi orang yang beriman akan berbeda dalam mengkonsumsi barang atau jasa jika di bandingkan dengan orang yang lebih rendah tingkat keimanan dan kepatutannya kepada Allah SWT. Orang yang mempunyai keimanan dan patuh terhadap aturan-aturan yang telah digariskan di dalam Al-Qur'an dan hadis mengetahui batasan-batasan mana hal yang diperbolehkan dan mana yang tidak boleh untuk di laksanakan. Kesejahteraan konsumen akan meningkat jika ia banyak mengkonsumsi barang yang bermanfaat, halal, dan mengurangi barang yang buruk atau haram. Islam

melarang untuk menghalalkan apa yang sudah ditetapkan haram dan mengharamkan apa-apa yang sudah menjadi halal.¹⁴

Allah SWT berfirman dalam Al- Qur'an:

وَكُلْ مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: " Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah SWT kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah SWT yang kamu beriman kepada-Nya ".

Sesuai dengan ajaran Islam, dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa harus memperhatikan etika konsumsi yang mana yang dibenarkan dan mana yang tidak dibenarkan. Dalam ekonomi Islam, pelaku ekonomi akan berusaha untuk memaksimalkan maslahat. Dalam Al-Quran kata maslahat banyak disebut dengan istilah manfaat atau *manafi'*, yang berarti kebaikan yang berkaitan dengan material fisik, dan psikologis. Dengan kata lain maslahat mengandung pengertian kemanfaatan duniawi dan akhirat. Konsep maslahat pada konsumen muslim sangatlah diperlukan. Dalam pengertian umum maslahat adalah setiap segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, seperti menghasilkan keuntungan (kesenangan).

Terdapat anjuran dalam Islam mengenai perilaku konsumsi yang dituntut oleh prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas. Syariah Islam memiliki seperangkat etika dan norma yang harus dipegang manakala seseorang berkonsumsi.¹⁵ Beberapa etika tersebut akan dijelaskan, yaitu sebagai berikut:

1) Prinsip Keadilan

Berkonsumsi tidak boleh menimbulkan kedzaliman, berada dalam koridor aturan atau hukum agama, serta menjunjung tinggi kepatantasan atau kebaikan. Islam memiliki berbagai ketentuan tentang benda ekonomi yang boleh dikonsumsi dan yang tidak boleh dikonsumsi.

2) Prinsip Kebersihan

Bersih dalam arti sempit adalah bebas dari kotoran atau penyakit yang dapat merusak fisik dan mental manusia, sementara dalam arti luas adalah bebas dari segala sesuatu yang diberkahi Allah SWT. Tentu saja benda yang dikonsumsi memiliki manfaat bukan kemubaziran atau bahkan merusak.

3) Prinsip Kesederhanaan

Sikap berlebih-lebihan (*israf*) sangat dibenci oleh Allah SWT dan merupakan pangkal dari berbagai kerusakan di muka bumi. Sikap berlebih-lebihan ini mengandung makna melebihi dari kebutuhan yang wajar dan cenderung memperturutkan hawa nafsu atau sebaliknya terlampaui kikir

¹⁴ Suharyono. "Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam", Al-Intaj, Vol. 4, No. 2, 2018, h. 313

¹⁵ Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam", Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 7

sehingga justru menyiksa diri sendiri. Islam menghendaki suatu kuantitas dan kualitas konsumsi yang wajar bagi kebutuhan manusia sehingga tercipta pola konsumsi yang efisien dan efektif secara individual maupun sosial.

4) Prinsip Kemurahan Hati

Dengan mentaati ajaran Islam maka tidak ada bahaya atau dosa ketika mengkonsumsi benda-benda ekonomi yang halal yang disediakan Allah karena kemurahan-Nya. Selama konsumsi ini merupakan upaya pemenuhan kebutuhan yang membawa kemanfaatan bagi kehidupan dan peran manusia untuk meningkatkan ketaqwaan kepada Allah SWT, maka Allah SWT telah memberikan anugerah-Nya bagi manusia.

5) Prinsip Moralitas

Pada akhirnya konsumsi seorang Muslim secara keseluruhan harus dibingkai oleh moralitas yang dikandung dalam Islam sehingga tidak semata-mata memenuhi segala kebutuhan.

Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut dapat meningkatkan martabat manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi barang atau jasa yang halal dan baik saja secara wajar serta tidak berlebihan. Dengan kata lain melakukan kegiatan konsumsi yaitu dengan mengkonsumsi barang dengan kriteria baik barangnya, baik cara mengkonsumsinya dan mendatangkan manfaat bagi pengkonsumsinya.

HASIL DAN ANALISA

1. Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dalam Membeli Produk Halal

Berdasarkan penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti, maka diperoleh data tanggapan responden yang diolah secara kuantitatif untuk mengetahui perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu.

Hasil tanggapan mahasiswa pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 1 : Tanggapan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu Terhadap Pembelian Produk Halal

No	Pernyataan	Jumlah yang Menjawab				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli produk halal yang tidak mengandung bahan baku babi	1	0	7	30	94
2	Saya membeli produk halal yang tidak mengandung bahan baku alkohol yang sengaja ditambahkan	1	1	7	30	93
3	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penyimpanan produk	2	1	12	35	82

4	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penjualan produk	0	0	35	26	71
5	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan label halal MUI pada kemasan	0	0	0	0	132
6	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan masa kadaluarsa produk pada kemasan	1	0	3	28	100

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan tabel, tanggapan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu terhadap pembelian produk halal menunjukkan bahwa mahasiswa yang membeli produk halal yang tidak mengandung bahan baku babi sebanyak 94 mahasiswa menjawab sangat setuju, 30 mahasiswa menjawab setuju, 7 mahasiswa menjawab netral, dan 1 mahasiswa yang menjawab sangat tidak setuju. Selanjutnya, mahasiswa yang membeli produk halal yang tidak mengandung bahan baku alkohol yang sengaja ditambahkan menunjukkan hasil 93 mahasiswa menjawab sangat setuju, 30 mahasiswa menjawab setuju, 7 mahasiswa menjawab netral, 1 menjawab tidak setuju, dan 1 mahasiswa menjawab sangat tidak setuju.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu yang membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penyimpanan produk menunjukkan hasil 82 mahasiswa menjawab sangat setuju, 35 mahasiswa menjawab setuju, 12 mahasiswa menjawab netral, 1 mahasiswa menjawab tidak setuju, dan 2 mahasiswa menjawab sangat tidak setuju. Selanjutnya, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu yang membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penjualan produk menunjukkan hasil 71 mahasiswa menjawab sangat setuju, 26 mahasiswa menjawab setuju, dan 35 mahasiswa menjawab netral.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu yang membeli produk halal dengan memperhatikan label halal MUI pada kemasan menunjukkan hasil 132 mahasiswa menjawab sangat setuju. Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu yang membeli produk halal dengan memperhatikan masa kadaluarsa produk pada kemasan menunjukkan hasil 100 mahasiswa menjawab sangat setuju, 28 mahasiswa menjawab setuju, 3 mahasiswa menjawab netral, dan 1 mahasiswa menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu yang terbanyak adalah pada item pernyataan nomor 5, yaitu mahasiswa membeli produk halal dengan memperhatikan label halal MUI pada kemasan dengan jumlah yang sangat setuju sebanyak 132 mahasiswa. Sedangkan, tanggapan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu yang paling sedikit adalah pada item pernyataan nomor 4, yaitu mahasiswa membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penjualan produk dengan jumlah 71 mahasiswa yang sangat setuju.

Hal tersebut mengindikasikan bahwa, perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dalam membeli produk halal sangat memperhatikan keberadaan label halal MUI pada kemasan produk, yang mana sesuai dengan dasar pengetahuan mengenai pentingnya label halal pada kemasan produk yang akan dikonsumsi. Sementara itu, untuk tempat penjualan produk tidak begitu diperhatikan oleh mahasiswa karena berdasarkan tanggapan menunjukkan hasil yang terendah. Tempat penjualan produk tidak terlalu diperhatikan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu karena mereka lebih mementingkan kualitas produk yang dibeli. Sebagai mahasiswa yang dinaungi oleh perguruan tinggi Islam, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu sangat memperhatikan pemilihan makanan halal dan thayyib dalam kehidupan sehari-hari. Melihat label halal pada kemasan merupakan cara menjaga agar selalu mengkonsumsi makanan halal.

2. Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu dalam Membeli Produk Halal

Untuk mengetahui perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu dalam membeli produk halal dapat dilihat pada hasil tanggapan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu yang disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 2 : Tanggapan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu Terhadap Pembelian Produk Halal

No	Pernyataan	Jumlah yang Menjawab				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli produk halal yang tidak mengandung bahan baku babi	0	0	5	34	93
2	Saya membeli produk halal yang tidak mengandung bahan baku alkohol yang sengaja ditambahkan	0	1	8	29	94
3	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penyimpanan produk	1	5	14	37	75
4	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penjualan produk	3	4	10	36	79
5	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan label halal MUI pada kemasan	0	0	0	8	124
6	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan masa kadaluarsa produk pada kemasan	0	0	5	37	90

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan tabel mengenai tanggapan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu terhadap pembelian produk halal menunjukkan bahwa mahasiswa yang membeli produk halal yang tidak mengandung bahan baku babi menunjukkan hasil 93 mahasiswa menjawab sangat setuju, 34 mahasiswa menjawab setuju, dan 5 mahasiswa menjawab netral. Selanjutnya, mahasiswa yang membeli produk halal yang tidak mengandung bahan baku alkohol yang sengaja ditambahkan menunjukkan hasil 94 mahasiswa menjawab sangat setuju, 29 mahasiswa menjawab setuju, 8 mahasiswa menjawab netral, dan 1 menjawab tidak setuju.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu yang membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penyimpanan produk menunjukkan hasil 75 mahasiswa menjawab sangat setuju, 37 mahasiswa menjawab setuju, 14 mahasiswa menjawab netral, 5 mahasiswa menjawab tidak setuju, dan 1 mahasiswa menjawab sangat tidak setuju. Selanjutnya, mahasiswa yang membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penjualan produk menunjukkan hasil 79 mahasiswa menjawab sangat setuju, 36 mahasiswa menjawab setuju, 10 mahasiswa menjawab netral, 4 mahasiswa menjawab tidak setuju, dan 3 mahasiswa menjawab sangat tidak setuju.

Tanggapan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu yang membeli produk halal dengan memperhatikan label halal MUI pada kemasan menunjukkan hasil 124 mahasiswa menjawab sangat setuju, dan 8 mahasiswa menjawab setuju. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu yang membeli produk halal dengan memperhatikan masa kedaluwarsa produk pada kemasan menunjukkan hasil 90 mahasiswa menjawab sangat setuju, 37 mahasiswa menjawab setuju, dan 5 mahasiswa menjawab netral.

Dengan demikian, berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu yang terbanyak adalah pada item pernyataan nomor 5, yaitu mahasiswa membeli produk halal dengan memperhatikan label halal MUI pada kemasan dengan jumlah yang sangat setuju sebanyak 124 mahasiswa. Sedangkan, tanggapan mahasiswa yang paling sedikit adalah pada item pernyataan nomor 3, yaitu mahasiswa membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penjualan produk dengan jumlah 75 mahasiswa yang sangat setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu meskipun di bawah naungan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Ristekdikti) yang secara keilmuan bukan berbasis agama, namun ternyata dalam membeli produk sangat memperhatikan label halal MUI karena kecenderungan mahasiswa dalam menjawab sangat setuju yang terbanyak. Sementara itu, untuk tempat penyimpanan produk tidak begitu diperhatikan oleh mahasiswa karena berdasarkan tanggapan menunjukkan hasil yang terendah. Berbeda dengan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu yang memiliki skor terendah pada tempat penjualan, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu tidak begitu

mempertimbangkan penyimpanan dalam membeli suatu produk. Hal ini mengindikasikan bahwa secara kualitas produk tidak terlalu diperhatikan, keyakinan dalam membeli produk berdasarkan label halal saja.

3. Perbandingan Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu dalam Membeli Produk Halal

Perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu dalam membeli produk halal dapat dilihat pada tabel 1 dan 2 di atas. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka selanjutnya peneliti akan membandingkan perilaku konsumsi mahasiswa pada dua lembaga tersebut agar dapat diketahui seberapa signifikan perbedaannya dalam mengonsumsi produk halal. Teknik analisis data untuk membandingkan kedua lembaga tersebut adalah teknik analisis beda yaitu dengan Uji t (t-test) Dua Sampel Berhubungan.

Rumus:

$$t_{se} = \frac{\sum D}{\sqrt{n \cdot \sum D^2 - (\sum D)^2}}$$

Keterangan:

D: Selisih nilai kelompok 1 dan kelompok 2

n: Jumlah item

Berikut hasil perhitungan untuk mengetahui perbandingan perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu dalam membeli produk halal:

Tabel 3 : Perhitungan Perbandingan Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu dalam Membeli Produk Halal

No	Pernyataan	Jumlah		D	D ²
		IAIN	UNIB		
1	Saya membeli produk halal yang tidak mengandung bahan baku babi	612	616	-4	16
2	Saya membeli produk halal yang tidak mengandung bahan baku alkohol yang sengaja ditambahkan	609	612	-3	9
3	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penyimpanan produk	590	576	14	196
4	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penjualan produk	600	580	20	400

5	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan label halal MUI pada kemasan	659	660	-1	1
6	Saya membeli produk halal dengan memperhatikan masa kadaluarsa produk pada kemasan	622	613	9	81
Σ				35	703

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan tabel diperoleh:

n: 6

D: 35

D²: 703

Berikut perhitungan nilai t dengan menggunakan analisis beda:

$$\begin{aligned}
 t_{\text{hitung}} &= \frac{\Sigma D}{\sqrt{\frac{\Sigma D^2 - (\Sigma D)^2}{n-1}}} \\
 &= \frac{35}{\sqrt{\frac{(6 \cdot 703) - (35)^2}{6-1}}} \\
 &= \frac{35}{\sqrt{\frac{4218 - 1225}{5}}} \\
 &= \frac{35}{\sqrt{\frac{2993}{5}}} \\
 &= \frac{35}{24,5} \\
 &= 1,42
 \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan uji t di atas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,42. Selanjutnya nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu sebesar 2,01. Kriteria dalam analisis beda apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak ada perbedaan signifikan. Berdasarkan hasil t_{hitung} pada penelitian ini diketahui bahwa $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ yaitu $1,42 < 2,01$, maka tidak ada perbedaan signifikan perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu.

Hal ini dapat dilihat dari tanggapan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu yang sangat memperhatikan label halal MUI pada kemasan produk, sedangkan pada tempat penjualan produk tidak terlalu diperhatikan oleh mahasiswa. Sementara itu pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu ternyata juga sangat memperhatikan label halal MUI pada kemasan produk, sedangkan pada tempat penyimpanan produk tidak terlalu diperhatikan oleh mahasiswa.

Kedua kelompok mahasiswa yang berasal dari basis keilmuan berbeda yaitu dari perguruan tinggi Islam dan umum tidak menunjukkan perbedaan signifikan dalam mengonsumsi produk. Keduanya memiliki perhatian yang sangat tinggi terhadap adanya label halal MUI pada kemasan. Meskipun diketahui bahwa edukasi tentang produk dan label halal lebih cenderung dilakukan di perguruan tinggi Islam, namun mahasiswa dari perguruan tinggi umum juga memiliki perhatian yang baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan tanggapan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu yang terbanyak, yaitu mahasiswa membeli produk halal dengan memperhatikan label halal MUI pada kemasan. Sedangkan, tanggapan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu yang paling sedikit adalah yaitu mahasiswa membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penjualan produk. Sementara itu, tanggapan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu yang terbanyak, yaitu mahasiswa membeli produk halal dengan memperhatikan label halal MUI pada kemasan. Sedangkan, tanggapan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu yang paling sedikit, yaitu mahasiswa membeli produk halal dengan memperhatikan tempat penyimpanan produk.

Dengan perhitungan uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,42. Selanjutnya nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu sebesar 2,01. Kriteria dalam analisis beda apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak ada perbedaan signifikan. Berdasarkan hasil t_{hitung} pada penelitian ini diketahui bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,42 < 2,01$, maka tidak ada perbedaan signifikan perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu, meskipun kelompok mahasiswa yang berasal dari basis keilmuan berbeda yaitu dari perguruan tinggi Islam dan umum tidak menunjukkan perbedaan signifikan dalam mengonsumsi produk halal. Keduanya memiliki perhatian yang sangat tinggi terhadap adanya label halal MUI pada kemasan. Meskipun diketahui bahwa edukasi tentang produk dan label halal lebih cenderung dilakukan di perguruan tinggi Islam, namun mahasiswa dari perguruan tinggi umum juga memiliki perhatian yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan produk halal ini menjadi asas yang penting bagi siapapun tanpa melihat perguruan tinggi Islam ataupun umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam", Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016.
- Al-Ghazali. 2007. *Etika Islam Bimbingan Awal Menuju Hidayah Ilahi*. Bandung (ID) : Pustaka Setia.

- Ali Rosidi., Tatik Musdianingwati., Agus Suyanto., Muh Yusuf., & Enik Sulistyowati, "Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Produk Halal", *Jurnal Gizi UNIMUS*, Vol.7, No. 2, 2018.
- Burhanuddin. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Malang (ID): UIN Maliki.
- Dwiwiyati Astogini , Wahyudin, & Siti Zulaikha Wulandari, "Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang Labelisasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan)", *JEBA*, Vol.13, No.1, 2011.
- Endang S. Soesilowati, dan Chitra Indah Yuliana, "Komparasi Perilaku Konsumen Produk Halal di Area Mayoritas dan Minoritas Muslim", *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, Vol.21, No.2, 2013.
- Harun Nasution, dkk. *Ensiklopedi Islam Indonesia*, (Jakarta: Djambatan, 1992).
- Khalek, A. A. dan S. H. S. Ismail. 2015. *Why are We Eating Halal – Using the Theory of Planned Behavior in Predicting Halal Food Consumption among Generation Y in Malaysia*. *International Journal of Social Science and Humanity* 5(7): 608-612.
- Maulidia, Rahmah, "Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal bagi Konsumen", *Justitia Islamica*, Vol.10, No.2, 2013.
- Mochammad Arif Budiman, Mairijani, & Nurhidayati, "Persepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim terhadap Produk Halal", *ASBIS POLIBAN*, Vol.4, 2019.
- Nurain, Harahap. 2020. "Analisis Perilaku Konsumen Produk Halal di Kota Medan". *Disertasi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan
- Nurul Huda, Hulmansyah, & Nova Rini, "Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi Produk Halal pada Kalangan Mahasiswa Muslim", *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol.2, No. 2, 2018.
- Setiawan & Hasbi Assidiki Mauluddi, "Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung", *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol.5, No.2, 2019.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyono, " Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam ", *Al-Intaj*, Vol.4, No.2, 2018.