

**PERILAKU KONSUMSI PRODUK HALAL PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS (FEB) UNIVERSITAS BENGKULU**



SKRIPSI

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

OLEH :

**RHEESTY ILLAHYANA
NIM. 1711130120**

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

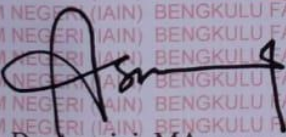
Skripsi yang ditulis oleh Rheesty Illahyana NIM. 1711130120 dengan judul "Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu" Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan disepakati sesuai saran Pembimbing I dan Pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.


Bengkulu, 28 Juli 2021 M

18 Dzulhijjah 1442 H

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Asnaini, MA


Herlina Yustati, MA., Ek

NIP. 197304121998032003

NIP. 198505222019032004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51171-51172-53879- Faksimili (0736) 51171-51172

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu”** oleh **Rheesty Mahyana NIM. 1711130120**, 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 H**

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

Bengkulu, 26 Agustus 2021 M
17 Muharram 1443 H

Tim Sidang Munaqasyah

Sekretaris

Ketua

Eka Sri Wahyuni, M.M
NIP. 197705092008012014

Penguji I

Eka Sri Wahyuni, M.M
NIP. 197705092008012014

Herlina Yustati, MA., Ek
NIP. 198505222019032004

Penguji II

Nonie Afrianty, ME
NIP. 199304242018012002

Mengetahui,
Pt. Dekan

Dr. Asnaini, M.A

NIP. 197304121998032003

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul “Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal pada Mahasiswa di Kota 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 didalam 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 pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 28 Juli 2021M
18 Dzulhijjah 1442 H

Mahasiswa yang menyatakan



Rheesty Illahyana
NIM. 1711130120

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhan –mu lah engkau berharap.”

(QS. Al-Insyirah: 6-8)

“Dan Dia bersama kamu di mana saja kamu berada”

(QS. Al-Hadid: 4)

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, Bapak (Fauzi) dan Ibu (Mastalinda) 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. Adikku, Aisyah Nurzahranieta yang selalu mendoakanku dan memberi semangat untukku.*
- 3. Seluruh keluarga besarku yang telah memberikan semangat maupun dukungan selama aku menempuh pendidikan.*

4. *Sahabat-sahabatku, Annisah Monica Juliyanti, Lupi Ayu Lestari, Yustika Apriani, Lisa Nurlaila, Adestines Ariaswara, Zul Fikri, Wira Darga, dan Owen Rinaldi yang selalu memberikan doa, semangat, dan bantuannya, telah menemani, dan memberikan suka duka selama ini.*
5. *Sahabat-sahabatku, Tisa Pratiwi, Febri Yulianti Purba, Elsi Adelia Fitri, dan Devy Lin Azzahra yang senantiasa mendoakan, membantuku, menemani hari-hari baik maupun burukku, dan mendengarkan keluh kesahku.*
6. *Teman-teman seperjuanganku EKIS D angkatan 2017 yang telah memberikan canda tawa, bantuan, semangat, dan suka duka selama masa perkuliahanku.*
7. *Seluruh teman-teman yang tidak dapat aku sebutkan satu persatu, terima kasih atas doa, dukungan, dan semangat yang telah kalian berikan.*
8. *Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan ilmunya dengan penuh keikhlasan.*

9. *Agama dan almamater IAIN Bengkulu, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang telah menempahku.*
10. *Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.*
11. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all these hard work, I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver. I wanna thank me for trying to do more right than wrong. I wanna thank me for just being me all the time.*

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 (FEB) Universitas Bengkulu

oleh Rheesty Illahyana, NIM. 1711130120

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu. Sampel yang digunakan sebanyak 132 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu dengan teknik non probability sampling menggunakan teknik purposive sampling. Pengambilan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebar melalui link Google Form dengan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yang kemudian data tersebut disajikan dalam bentuk tabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 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 terendah, yaitu pada tempat penyimpanan produk tidak begitu diperhatikan. Hal ini menunjukkan bahwa ternyata label halal MUI sangat diperhatikan dan telah disadari dengan baik oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu, walaupun latar belakang pendidikan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu bukan berasal dari perguruan tinggi yang berbasis agama Islam.

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

ABSTRACT

Consumption Behavior of Halal Products on Students of the Faculty of Economics and Business (FEB) Bengkulu University

by Rheesty Illahyana, NIM. 1711130120

This study aims to determine the consumption behavior of halal products in students of the Faculty of Economics and Business (FEB) Bengkulu University. The sample used as many as 132 students of the Faculty of Economics and Business (FEB) Bengkulu University with non-probability sampling technique using purposive sampling technique. Data collection was carried out using a questionnaire distributed via a Google Form link with a Likert scale. The data analysis technique used in this research is descriptive analysis which is then presented in tabular form. The results showed that the students responses from the Faculty of Economics and Business (FEB) Bengkulu University were the most, namely students buying halal products by paying attention to the MUI halal label on the packaging. Meanwhile, the students responses from the Faculty of Economics and Business (FEB) Bengkulu University were the lowest, namely that the product storage area was not given much attention. This shows that the MUI halal label is very much noticed and has been well realized by students of the Faculty of Economics and Business (FEB) Bengkulu University, even though the educational background of the students of the Faculty of Economics and Business (FEB) Bengkulu University is not from a university based on Islam.

Keywords: *Halal Products, Consumer Behavior, College Students*

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 (FEB) Universitas Bengkulu”. Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan pada junjungan kita Nabi 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 mendukungu 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, 26 Agustus 2021 M
17 Muharram 1443 H

Penulis

Rheesty Illahyana
NIM. 1711130120

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	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian.....	5
E. Penelitian Terdahulu	6
F. Sistematika Penulisan	9

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori	
1. Teori Produk Halal	11
2. Teori Perilaku Konsumsi dalam Islam	31
B. Kerangka Teori.....	46

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	49
B. Lokasi Penelitian.....	50
C. Informan Penelitian.....	51
D. Sumber Data.....	52

E. Teknik Pengumpulan Data.....	53
F. Teknik Analisis Data.....	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	
1. Jenis Kelamin	55
2. Usia.....	56
B. Hasil Penelitian	57
C. Pembahasan.....	58

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	: Nilai atau Skor Penilaian Kuesioner	54
Tabel 4.1	: Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	55
Tabel 4.2	: Jumlah Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3	: Tanggapan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu Terhadap Pembelian Produk Halal.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Teori	47
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Penunjukan 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

Masyarakat di kota Bengkulu, khususnya umat Islam, memiliki permintaan pasar yang besar terhadap produk halal. Produk halal tentunya menjadi pilihan yang tepat bagi konsumen muslim, baik dari kalangan orang tua maupun mahasiswa. Produk halal tidak hanya berupa label halal, tetapi juga dapat dilihat dari bahan ataupun masa kedaluwarsa tersebut. Ensiklopedia Islam Indonesia menjelaskan bahwa halal berarti “tidak dilarang” dan “diperbolehkan” untuk melakukan atau menggunakannya.¹

Pengetahuan akan produk halal tentunya menjadi tanggung jawab bersama. Perguruan tinggi menjadi salah satu pihak yang memiliki peran yang cukup penting dalam memberikan edukasi kepada masyarakat awam. Pada kota Bengkulu terdapat dua jenis perguruan tinggi, yaitu Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri. Mahasiswa tentunya menjadi figur penting dalam mengkonsumsi produk halal. Terdapat perbedaan yang signifikan dari kedua Perguruan Tinggi tersebut, sehingga

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

memberikan daya tarik kepada peneliti untuk melihat perilaku konsumsi pada produk halal.

Studi ini lebih terfokus pada produk halal makanan karena produk makanan yang bersertifikat adalah persyaratan bagi Muslim sebagai bagian dari kewajiban agama. Namun dengan seiring berjalannya waktu, makanan halal yang bersertifikat juga dapat menandakan bahwa makanan tersebut memenuhi standar yang ketat dalam kebersihan dan sanitasi. Sertifikasi halal mengacu pada pengakuan resmi dari seluruh proses produksi ataupun distribusi serta praktik manajemen lainnya oleh suatu badan resmi yang didirikan yaitu Majelis Ulama Indonesia (MUI).²

Allah SWT telah menyediakan ummat manusia dengan sangat banyak makanan yang halal daripada makanan yang haram. Mengonsumsi produk halal terutama makanan merupakan kegiatan yang mutlak dan tidak dapat ditawar lagi. Pada Al-Quran Surat Al Baqarah ayat 173 telah dijelaskan tentang produk makanan halal dan haram, yang artinya: “Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu, bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Tetapi barang siapa terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya”.

² 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

Sedangkan dalam Al-Quran Surat Al Maidah ayat 3 dijelaskan, yang artinya: “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu sembelih”.

Berdasarkan penjelasan ayat tersebut, makanan halal dapat dilihat dari proses pemotongan, penyimpanan, penyajian, penyiapan, kesehatan, dan kebersihan.³ Selain mengkonsumsi makanan halal, juga diwajibkan untuk mengkonsumsi makanan yang baik. Makanan yang baik tersebut seperti makanan yang dapat memberikan manfaat bagi tubuh orang yang mengkonsumsinya, dan belum kedaluwarsa.

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. Hal ini berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti. Sedangkan, terdapat beberapa mahasiswa dari Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang dikenal dengan perguruan tinggi berlandaskan agama Islam, tentu saja telah diberikan

³ 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

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.

Mengenai hal ini tentu menjadi daya tarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian lebih dalam terhadap perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu, mengingat mahasiswa yang berasal dari IAIN Bengkulu telah memperoleh informasi dan pembelajaran lebih banyak tentang produk halal dibandingkan dengan mahasiswa Universitas Bengkulu.

Hal ini menunjukkan adanya *research gap* sehingga dapat memunculkan celah untuk dilakukan penelitian kembali dengan objek dan metode penelitian yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya.

B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat rumusan masalah yaitu, bagaimana perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas 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 (FEB) Universitas 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 bidang 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 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 kategori paling sedang sebesar 40,2% dan sikap positif sebesar 53,6%.⁴

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

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

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku melalui intensi untuk mengkonsumsi produk halal.⁵

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.⁶

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

⁵ 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

⁶ Mochammad Arif Budiman, Mairijani, Nurhidayati, *“Persepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim terhadap Produk Halal”*, *ASBIS POLIBAN*, Vol. 4, No. 1, 2019, h. 192

kesadaran halal, sertifikasi halal, dan kepercayaan tidak berpengaruh.⁷

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.⁸

Studi mengenai perilaku konsumen telah dilakukan terhadap 223 responden yang menjadi peserta dalam pertemuan komunitas muslim di Perancis. Terdapat 56% responden yang menyatakan mereka tidak membeli suatu produk bilamana mereka ragu terhadap kehalalan produk tersebut, sedangkan 87% responden menunjukkan kesediaan mereka untuk membayar lebih bagi produk yang benar-benar halal. Studi ini mengindikasikan bahwa terdapat evolusi dalam komitmen konsumen muslim dan pemahamannya terhadap kehalalan produk. Meskipun tanggungjawab utama terhadap keabsahan produk halal

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. 242

⁸ 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

dianggap terletak pada lembaga pemberi sertifikat, pemerintah dan produsen ataupun distributor, konsumen pun memiliki tanggung jawab tersebut. Dengan kata lain, kesadaran konsumen penting untuk mengatasi penipuan dalam kasus produk halal dan memastikan agar kehalalan produk terjamin. Peningkatan kesadaran konsumen terhadap kualitas produk halal juga penting sebagai salah satu upaya untuk membatasi pemasaran produk yang berkualitas rendah.⁹

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.
- BAB III** : Bab metode penelitian yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, informan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

⁹ Stitou, Nora & Rezgui, "The Muslim Consumer as the Key Player in Halal", ASIDCOM Investigations, Vol. 5, No. 2, 2019, h. 75

- 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

Seorang konsumen muslim yang taat akan beragama, sangat penting untuk mengetahui produk yang dibeli untuk dikonsumsi apakah tergolong halal atau haram. Tidak sedikit ditemukan bahwa konsumen tidak mendapatkan informasi yang memadai tentang sertifikasi halal pada produk. Padahal pasar muslim merupakan pasar yang mengikat semua konsumen karena terdapat prinsip-prinsip dan nilai-nilai tertentu. Di sisi lain juga terdapat kurangnya wawasan masyarakat tentang hubungan antara konsep halal seperti kesadaran akan produk halal dan sertifikasi halal dengan minat pembelian.¹⁰

Makanan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lain yang digunakan dalam

¹⁰ 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

proses penyiapan, pengolahan, dan atau pembuatan makanan dan minuman.¹¹

Makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia, dari sisi bisnis kedua jenis usaha ini akan terus berlangsung sepanjang manusia itu masih hidup. Makan merupakan aktifitas yang dipandang dari segi dzat dan hakikatnya adalah tunggal. Adapun jika disebut buruk, maka hal tersebut hanyalah karena membawa implikasi buruk, atau memang sebab-sebabnya buruk.

Menurut Qardhawi halal adalah sebagai segala sesuatu yang boleh dikerjakan, dan syariat membenarkan serta orang yang melakukannya tidak kena sanksi dari Allah SWT.¹² 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).¹³ Isu halal-haram mencakup segala aktivitas termasuk pemilihan dalam makanan yang akan berdampak pada jasmani dan

¹¹ Panji Adam Agus Putra, “Kedudukan Sertifikasi Halal dalam Sistem Hukum Nasional sebagai Upaya Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam”, *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol. 1, No. 1, 2017, h. 150

¹² 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

¹³ Rahmah Maulidia, “Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal bagi Konsumen”, *Justitia Islamica*, Vol. 10, No. 2, 2013, h. 386

rohani seseorang. Konsep konsumsi itu sendiri dalam perspektif Islam didefinisikan sebagai pemenuhan kebutuhan barang dan jasa, dengan ketentuan harus halal dan benar sesuai syariah.

Menurut syariah dalam Islam, secara garis besar perkara (benda) haram terbagi menjadi dua, haram li-zatih dan haram li-gairih. Kelompok pertama, substansi benda tersebut diharamkan; sedangkan yang kedua, substansi bendanya halal (tidak haram) namun cara penanganan atau memperolehnya tidak dibenarkan oleh ajaran Islam. Dengan demikian, benda haram jenis kedua terbagi dua. Pertama, bendanya halal tapi cara penanganannya tidak dibenarkan oleh ajaran Islam; misalnya kambing yang tidak dipotong secara syar'î, sedangkan yang kedua, bendanya halal tapi diperoleh dengan jalan atau cara yang dilarang oleh agama, misalnya hasil korupsi, menipu dan sebagainya.

Produk halal mengarah ke produk-produk yang memenuhi syarat syar'î yang mencegah keharaman, baik ditinjau dari segi zatnya maupun selain zatnya.¹⁴ Kesadaran individual untuk berperilaku halal diikuti gerakan kolektif membangun kehidupan yang lebih baik dengan standar, prinsip, dan nilai yang relevan dengan tuntutan syariat Islam.

Al-Ghazali mengatakan, bahwa yang mengakibatkan makanan (benda) bisa menjadi haram karena jenisnya yang

¹⁴ Burhanuddin, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Malang: UIN Maliki, 2011), h. 95

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.¹⁵

Konsumen muslim akan lebih dekat dengan garis konsumsi yang benar jika ia semakin berkomitmen dengan kaidah-kaidah konsumsi. Akan tetapi, pengawasan internal seringkali lemah dalam merealisasikan komitmen individu. Inilah yang menuntut keharusan adanya pengawasan eksternal yang dilakukan oleh negara dan ummat, dan melakukan cara-cara yang beragam dengan menghimbau individu agar selalu komitmen kepada kaidah-kaidah konsumsi, dan mencegah segala bentuk penyelewengan dari garis konsumsi yang benar. Misalnya dengan adanya Undang-Undang tentang perlindungan konsumen dan sertifikasi label halal yang diberikan oleh MUI.

Produk halal yaitu produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.¹⁶ Menurut Pasal 1 Angka 5 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan menyatakan bahwa: “Pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik yang

¹⁵ Al-Ghazalli, *Etika Islam Bimbingan Awal Menuju Hidayah Ilahi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2007), h. 45

¹⁶ Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Produk Halal

menyangkut bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang di olah melalui proses rekayasa genetik dan iridasi pangan, dan yang pengelolaanya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam”.

Keputusan Menteri Pertanian yang diakomodasi dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan Pasal 57 menyatakan bahwa:¹⁷

- 1) Setiap orang yang memproduksi pangan di dalam negeri untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label didalam dan atau pada kemasan pangan.
- 2) Setiap orang yang mengimpor pangan untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label didalam dan atau pada kemasan pangan.
- 3) Pencantuman label di dalam dan atau pada kemasan pangan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) ditulis atau dicetak dengan menggunakan bahasa Indonesia paling sedikit memuat, nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih, nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor, halal bagi yang dipersyaratkan, tanggal dan kode produksi, tanggal, bulan dan tahun kadaluarsa, nomor izin

¹⁷ Keputusan Menteri Pertanian Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012

bagi bahan yang diolah dan asal usul bahan pangan tertentu.

Merujuk pada Keputusan Menteri Pertanian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha berkewajiban mencantumkan logo halal pada kemasan produk pangan yang diperdagangkan di wilayah Indonesia tujuannya adalah untuk melindungi dan memberi kepastian hukum hak-hak konsumen muslim terhadap produk yang halal.

Untuk mendapatkan tanda kehalalan suatu produk atau sertifikat halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI. Sertifikat halal adalah surat keterangan yang dikeluarkan oleh MUI Pusat atau Provinsi tentang halalnya suatu produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika yang diproduksi oleh suatu perusahaan setelah diteliti dan dinyatakan halal oleh LPPOM MUI.¹⁸ Pelaku usaha sebelum mengajukan sertifikat halal harus mempersiapkan Sistem Jaminan Halal yang merujuk kepada Buku Panduan Penyusunan Sistem Jaminan Halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI. LPPOM MUI mengangkat seorang atau Tim Auditor halal internal yang bertanggung jawab dalam menjamin pelaksanaan produk halal. Kemudian menandatangani kesediaan untuk diinspeksi secara mendadak tanpa pemberitahuan sebelumnya oleh LPPOM MUI,

¹⁸ Eka Rahayuningsih, M. Lathoif Ghozali, “Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif *Mashlahah Mursalah*”, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 7, No. 1, 2021, h. 143

dan membuat laporan berkala setiap 6 bulan tentang pelaksanaan Sistem Jaminan Halal.

Produsen mengajukan permohonan sertifikat halal ke sekretariat LPPOM MUI dengan mengisi formulir, mendaftarkan seluruh produk yang diproduksi termasuk lokasi produksi, pabrik pengemasan dan tempat makan, bagi restoran dan catering mendaftarkan seluruh menu yang dijual, gerai, dapur serta gudang. Bagi rumah potong hewan produsen harus mendaftarkan seluruh tempat penyembelihan. Setiap pemohon yang mengajukan permohonan sertifikat halal bagi produknya, harus mengisi borang tersebut yang berisi informasi tentang data perusahaan, jenis dan nama produk serta bahan-bahan yang digunakan. Borang yang sudah diisi beserta dokumen pendukungnya dikembalikan ke sekretariat. LPPOM MUI memeriksa kelengkapannya dan bila belum memadai perusahaan harus melengkapi sesuai dengan ketentuan. LPPOM MUI melakukan audit Tim auditor melakukan pemeriksaan atau audit ke lokasi produsen dan pada saat audit, perusahaan harus dalam keadaan memproduksi produk yang disertifikasi.¹⁹

Hasil pemeriksaan atau audit dan hasil laboratorium (bila diperlukan) dievaluasi dalam rapat auditor LPPOM MUI. Hasil audit yang belum memenuhi

¹⁹ Syafrida, "Sertifikat Halal pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim", Adil: Jurnal Hukum, Vol. 7, No. 2, 2018, h. 166

persyaratan diberitahukan kepada perusahaan. Jika telah memenuhi persyaratan, auditor akan membuat laporan hasil audit guna diajukan pada sidang Komisi Fatwa MUI. Sidang Komisi Fatwa MUI dapat menolak laporan hasil audit, jika dianggap belum memenuhi semua persyaratan dan hasilnya akan disampaikan kepada produsen pemohon sertifikasi halal. Sertifikat halal dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia setelah ditetapkan status kehalalannya oleh Komisi Fatwa MUI. Sertifikat halal berlaku selama 2 (dua) tahun sejak tanggal penetapan fatwa.

Proses pemberian sertifikat halal berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, berdasarkan pasal 29 bahwa permohonan sertifikat halal diajukan oleh pelaku usaha secara tertulis kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Permohonan sertifikat halal harus dilengkapi dengan dokumen data pelaku usaha, nama dan jenis produk dan daftar produk dan bahan yang digunakan dan proses pengolahan produk.

Pemeriksaan halal dilakukan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Untuk melakukan pemeriksanaan halal BPJPH menetapkan Lembaga Produk Halal (LPH) yang bertugas melakukan pemeriksaan halal dan atau pengujian kehalalalan produk (Pasal 30 ayat 1). Pasal 31 mengatur, pemeriksaan dan atau

pengujian kehalalan produk dilakukan oleh auditor halal di lokasi usaha pada saat proses produksi, apabila terdapat bahan yang diragukan kehalalannya dapat dilakukan pengujian di laboratorium.

Pada saat pemeriksaan oleh auditor halal, pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi hal-hal yang diperlukan kepada auditor halal. Setelah LPH selesai melaksanakan tugasnya melakukan pemeriksaan halal selanjutnya LPH menyerahkan hasilnya ke BPJPH dan kemudian BPJPH menyerahkannya kepada MUI untuk memperoleh menetapkan kehalalan Produk (Pasal 32). Untuk menentukan apakah produk itu halal atau tidak, MUI melakukan sidang Fatwa Halal (Pasal 33). Sidang Fatwa MUI diikuti oleh pakar, unsur kementerian atau lembaga dan atau instansi terkait. Sidang fatwa memutuskan kehalalan produk paling lama 30 hari sejak MUI menerima hasil pemeriksaan atau pengajuan dari BPJPH. Keputusan penetapan halal ditanda tangani oleh MUI selanjutnya diserahkan kepada BPJPH untuk menerbitkan sertifikat halal.

Apabila dalam sidang fatwa halal, menyatakan produk halal, maka BPJPH menerbitkan sertifikat halal dalam waktu paling 7 hari sejak keputusan halal dari MUI. Sebaliknya apabila dalam sidang fatwa halal MUI menyatakan produk tidak halal, maka BPJPH mengembalikan permohonan sertifikat halal kepada pelaku usaha disertai dengan alasan.

Selanjutnya BPJPH harus mempublikasikan penerbitan sertifikat halal (pasal 34).

Pelaku usaha yang telah memperoleh sertifikat halal dari BPJPH, wajib mencantumkan label halal pada kemasan produk, bagian tertentu atau tempat tertentu pada produk yang mudah dilihat, dibaca serta tidak mudah dihapus, dilepas dan dirusak (Pasal 38 dan 39). Pelaku usaha yang tidak mencantumkan label halal sesuai ketentuan pasal 38 dan 39 dikenai sanksi administratif berupa teguran lisan, peringatan tertulis, pencabutan sertifikat halal.

Sertifikat halal berlaku selama 4 tahun sejak sertifikat diterbitkan oleh BPJPH, kecuali terdapat perubahan komposisi. Pelaku usaha wajib memperpanjang sertifikat halal paling lambat 3 bulan sebelum masa berlaku sertifikat halal berakhir. Biaya sertifikat halal ditanggung oleh pelaku usaha, untuk pelaku usaha mikro dan kecil biaya sertifikasi dapat difasilitasi oleh pihak lain (Pasal 42).

Jika produk makanan dan minuman tidak halal sesuai Undang-Undang Produk Jaminan Halal, pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan tanda pada produk makanan dan minuman tersebut tidak halal. Tanda dapat dalam bentuk gambar, seperti di kota Bali di tempat makanan dan minuman yang mengandung unsur babi terdapat gambar babi. Ini berarti pelaku usahanya jujur, karena dalam undang-undang perlindungan konsumen pelaku usaha berkewajiban untuk

memberikan informasi mengenai komposisi pada produk makanan dan minuman. Selayaknya pelaku usaha di Indonesia yang memperdagangkan produk makanan dan minuman memberikan informasi yang jelas, jujur mengenai komposisi, kehalalan produk makanan dan minuman yang diperdagangkan untuk melindungi hak-hak konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal.

Jaminan mengenai produk halal dilakukan sesuai dengan asas perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas dan transparansi, efektifitas dan efisiensi, serta profesionalitas. Jaminan penyelenggaraan produk halal bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk halal, serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.

Jaminan produk halal menjadi penting mengingat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang pangan telah berkembang dengan pesat. Hal ini berpengaruh secara nyata pada pergeseran pengolahan dan pemanfaatan bahan baku untuk makanan maupun minuman dari yang semula bersifat sederhana dan alamiah menjadi pengolahan dan pemanfaatan bahan baku hasil rekayasa ilmu pengetahuan. Pengolahan produk dengan pemanfaatan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi memungkinkan pencampuran

antara yang halal dan yang haram baik yang disengaja maupun tidak disengaja. Oleh karena itu, untuk mengetahui kehalalan dan kesucian suatu produk, diperlukan suatu kajian khusus yang membutuhkan pengetahuan multi disiplin, seperti pengetahuan di bidang pangan, kimia, biokimia, teknik industri, biologi, farmasi dan pemahaman tentang syariat.

Mengonsumsi produk halal menurut keyakinan agama (Islam) juga merupakan hak sebagai warga negara yang dijamin oleh Undang-Undang Dasar 1945. Undang-Undang Perlindungan konsumen ini berfungsi untuk memberikan perlindungan kepada konsumen terhadap produk yang dikonsumsi serta mendorong para pedagang untuk memperdagangkan makanan yang sesuai standar yang berlaku, karena masyarakat memiliki hak untuk mendapatkan produk makanan yang memenuhi standar dan kelayakan untuk dikonsumsi.²⁰

Masalah perlindungan konsumen terhadap keamanan produk halal diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan atau memperdagangkan barang dan atau jasa yang tidak mengikuti ketentuan produksi secara halal,

²⁰ Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 08 tahun 1999

sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label.²¹

Tidak adanya perlindungan yang seimbang menyebabkan konsumen berada pada posisi yang lemah. Terlebih jika produk yang dihasilkan oleh produsen merupakan jenis produk yang terbatas, produsen dapat menyalahgunakan posisi yang monopolitis tersebut. Hal semacam itu tentu saja akan merugikan konsumen.

Dalam Proses pengelolaan produk halal yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 4 tahun 2003 Tentang Standardisasi fatwa halal adalah sebagai berikut:

a. Khamr

- 1) Khamr adalah setiap yang memabukkan, baik berupa minuman, makanan maupun lainnya. Hukumnya adalah haram.
- 2) Minuman yang termasuk dalam kategori khamr adalah minuman yang mengandung ethanol (C_2H_5OH) minimal 1%.
- 3) Minuman yang termasuk dalam kategori khamr adalah najis.
- 4) Minuman yang mengandung ethanol di bawah 1% sebagai hasil fermentasi yang

²¹ Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 08 tahun 1999 Pasal 8 ayat (1) huruf h

direkayasa adalah haram atas dasar preventif, tapi tidak najis.

5) Minuman keras yang dibuat dari air perasan tape dengan kandungan ethanol minimal 1% termasuk kategori khamr.

6) Tape dan air tape tidak termasuk khamr, kecuali apabila memabukkan.

b. Ethanol, fulse oil, ragi, dan cuka

1) Ethanol yang merupakan senyawa murni yang bukan berasal dari industri khamr adalah suci.

2) Penggunaan ethanol yang merupakan senyawa murni yang bukan berasal dari industri khamr untuk proses produksi industri pangan hukumnya:

a) Mubah, apabila dalam hasil produk akhirnya tidak terdeteksi.

b) Haram, apabila dalam hasil produk akhirnya masih terdeteksi.

c) Penggunaan ethanol yang merupakan senyawa murni yang berasal dari industri khamr untuk proses produksi industri hukumnya haram.

- d) Fusel oil yang bukan berasal dari khamr adalah halal dan suci.
 - e) Fusel oil yang berasal dari khamr adalah haram dan najis.
 - f) Komponen yang dipisahkan secara fisik dari fusel oil yang berasal dari khamr hukumnya haram.
 - g) Komponen yang dipisahkan secara fisik dari fusel oil yang berasal dari khamr dan direaksikan secara kimiawi sehingga berubah menjadi senyawa baru hukumnya halal dan suci.
 - h) Cuka yang berasal dari khamr baik terjadi dengan sendirinya maupun melalui rekayasa, hukumnya halal dan suci.
 - i) Ragi yang dipisahkan dari proses pembuatan khamr setelah dicuci sehingga hilang rasa, bau dan warna khamr-nya, hukumnya halal dan suci.
- c. Pematangan hewan
- 1) Penyembelih adalah orang yang beragama Islam dan akil balig.

2) Cara penyembelihan adalah sah apabila dilakukan dengan cara:

a) Membaca basmalah saat menyembelih

b) Alat (perkakas) menyembelih, yaitu semua barang tajam, melukakan, besi, bambu, atau lain-lainnya kecuali gigi dan kuku, begitu juga segala macam tulang.

c) Memotong sekaligus sampai putus saluran per-nafasan tenggorokan (hulqum), saluran makanan (mari^q), dan kedua urat nadi (wadajain); dan

d) Pada saat penyembelihan, hewan tersebut harus masih hidup.

d. Penggunaan nama dan bahan

1) Tidak boleh mengkonsumsi dan menggunakan nama dan atau atau simbol-simbol makanan atau minuman yang mengarah kepada kekufuran dan kebatilan.

2) Tidak boleh mengkonsumsi dan menggunakan nama dan atau simbol-simbol makanan atau minuman yang mengarah kepada nama-nama benda atau binatang yang diharamkan terutama babi dan khamr, kecuali yang telah mentradisi dan dipastikan tidak

mengandung unsur-unsur yang diharamkan seperti nama bakso, bakmi, bakwan, bakpia dan bakpao.

3) Tidak boleh mengonsumsi dan menggunakan bahan campuran bagi komponen makanan atau minuman yang menimbulkan rasa atau aroma (*flavour*) benda-benda atau binatang yang diharamkan, seperti mie instan rasa babi, *bacon flavour*, dll.

4) Tidak boleh mengonsumsi makanan atau minuman yang menggunakan nama-nama makanan atau minuman yang diharamkan seperti *whisky*, *brandy*, *beer*, dan lain-lain.

Sementara itu, dalam “Panduan Sertifikat Halal” yang dikeluarkan oleh Departemen Agama, dijelaskan bahwa produk yang halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam, antara lain: ²²

- 1) Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
- 2) Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, dan kotoran.

²² Panji Adam Agus Putra, “Kedudukan Sertifikasi Halal dalam Sistem Hukum Nasional sebagai Upaya Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam”, *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol. 1, No. 1, 2017, h. 152

- 3) Semua bahan yang berasal dari hewan yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.
- 4) Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, tempat pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasi tidak boleh digunakan untuk babi dan atau barang tidak halal lainnya. Jika pernah digunakan untuk babi dan atau barang tidak halal lainnya terdahulu harus dibersihkan dengan tata cara syariat Islam.
- 5) Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar.

Persoalan halal dan haram begitu sangat penting dalam pandangan kaum muslimin, hal ini karena ia merupakan batas antara yang hak dan yang bathil. Halal dan haram akan selalu dihadapi oleh kaum muslimin dalam rentang kehidupannya. Sehingga menandakan betapa pentingnya kaum muslimin untuk mengetahui secara rinci mengenai batas antara apa yang halal dan apa yang haram. Mengetahui persoalan halal-haram ini terlihat mudah sepintas, tetapi kemudian menjadi sangat sukar ketika berhadapan dengan kehidupan sehari-hari, yang kadang menjadi tidak jelas, sulit membedakan mana yang halal dan mana yang haram, atau

bahkan menjadi syubhat, karena tidak termasuk keduanya, atau karena percampuran keduanya.²³

Perihal ini, Allah SWT telah menyerukan 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.²⁴

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

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 89

²⁴ Nurain Harahap, Disertasi: “Analisis Perilaku Konsumen Produk Halal di Kota Medan”, (Sumatera Utara: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020), h. 3

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.

Perhatian terhadap perilaku konsumen produk halal merupakan bagian dari evaluasi pasar yang penting sebagai salah satu faktor utama untuk mencapai keberhasilan dalam industri halal. Selain dari struktur industri dan persaingan, serta situasi perekonomian dan kebijakan perdagangan, respon konsumen merupakan determinan dalam melihat potensi dan trend industri halal. Produk halal merupakan topik penting yang tidak hanya terkait dengan sisi penawaran, yakni bagaimana memanfaatkan peluang usaha dan menjadi pemain utama dalam industri ini tetapi juga dari sisi permintaan yakni mencakup upaya agar konsumen dapat terpenuhi permintaannya sesuai dengan standar halal. Pelaku usaha perlu berupaya untuk memberikan produk halal dengan akuntabilitas yang baik dan terverifikasi bagi target pasar halal.

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.²⁵

2. Teori Perilaku Konsumsi dalam Islam

Kegiatan konsumsi merupakan salah satu kegiatan yang pokok dalam sendi-sendi kehidupan makhluk hidup. Dalam hal ini, terkadang konsumsi yang dimaksud adalah tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan akan kebutuhan pokok yaitu makan dan minum. Tetapi konsumsi yang ada merupakan pemenuhan akan kebutuhan pokok (makan dan minum), serta untuk pemenuhan kebutuhan sandang dan papan. Hal ini harus dilaksanakan secara terencana sesuai dengan kebutuhan dan anggaran yang tersedia. Agar tidak menjadi “besar pasak daripada tiang”. Sehingga konsumen dituntut untuk menjadi konsumen yang rasional dalam mengkonsumsi, agar tidak menjadi konsumen yang konsumtif.²⁶

²⁵ 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

²⁶ Aldila Septiana, “Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam”, Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 2, 2015, h. 4

Menurut Hasan, perilaku konsumen merupakan suatu respon psikologis yang kompleks, yang akan muncul dalam bentuk perilaku dan tindakan yang khas secara perseorangan yang langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan produk, serta menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk, termasuk dalam melakukan pembelian ulang. Sedangkan menurut Tjiptono, perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa, termasuk dalam proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.²⁷

Perilaku konsumsi adalah suatu bagian dari tindakan konsumsi. Perilaku adalah 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 telah ada sejak lahir dan semakin terbentuk dengan adanya pembentukan karakter yang ditanamkan oleh lingkungan terdekat seperti keluarga dan lingkungan pertemanan seseorang. Perilaku seseorang yang baik salah satunya terbentuk karena telah mendapatkan arahan dan pelajaran dari faktor luar. Konsumsi adalah menghabiskan atau menggunakan suatu nilai barang atau

²⁷ Tengku Putri Lindung Bulan, "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang", *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 5, No. 1, 2016, h. 431

jasa. Menurut ilmu ekonomi, konsumsi adalah setiap kegiatan memanfaatkan, menghabiskan kegunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dalam upaya menjaga kelangsungan hidup suatu individu.

Pada ekonomi Islam, konsumsi bertujuan untuk memaksimalkan masalah. Menurut Imam Shatibi, istilah masalah maknanya lebih luas dari sekedar *utility* atau kepuasan dalam terminologi ekonomi konvensional. Masalah merupakan tujuan hukum syara yang paling utama. Masalah adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini.²⁸ Ada lima elemen dasar, yakni: kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), properti atau harta benda (*al-mal*), keyakinan (*al-din*), intelektual (*al-aql*), dan keluarga atau keturunan (*al-nasl*). Dengan kata lain, masalah meliputi integrasi manfaat fisik dan unsur-unsur keberkahan.²⁹

Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan atau keinginan adalah tujuan dari aktivitas ekonomi Islam. Dalam membandingkan konsep kepuasan dengan pemenuhan kebutuhan, maka perlu membandingkan tingkatan tujuan hukum syara', yakni:

²⁸ Hadi Kuncoro, "Implementasi Maqashid Syariah sebagai Indikator Perusahaan Islami", Fakultas Ekonomi Universitas Al Azhar Indonesia, Vol. 1, No. 3, 2012, h. 58

²⁹ Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam", Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 2

- a) Kebutuhan *Daruriyah*, yaitu tujuan yang harus ada dan mendasar bagi penciptaan kesejahteraan dunia dan akhirat. Adapun kebutuhan *daruriyah* mencakup lima unsur pokok, yaitu: *Hifzh al-din* (penjagaan agama), *Hifzh al-nafs* (pemeliharaan jiwa), *Hifzh al-aql* (pemeliharaan akal), *Hifzh al-nasl* (pemeliharaan keturunan), dan *Hifzh al-mal* (pemeliharaan harta).
- b) Kebutuhan *Hajiyyah*, yaitu suatu yang diperlukan oleh manusia dengan maksud untuk membuat ringan, lapang dan nyaman dalam menanggulangi kesulitan-kesulitan kehidupan.
- c) Kebutuhan *Tahsiniyyah*, dimaksudkan untuk mewujudkan dan memelihara hal-hal yang menunjang peningkatan kualitas kelima pokok kebutuhan mendasar manusia dan menyangkut hal-hal yang terkait akhlak mulia. Dengan kata lain *tahsiniyyah* dimaksudkan agar manusia dapat melakukan yang terbaik untuk penyempurnaan pemeliharaan lima unsur pokok.

Dari ketiga kebutuhan manusia di atas, maka konsumsi *daruriyah* harus lebih diutamakan daripada kebutuhan *hajiyyah* dan *tahsiniyyah*. Karena posisi *hajiyyah* dan *tahsiniyyah* layak dipenuhi apabila seorang konsumen punya

kelebihan uang setelah memenuhi kebutuhan *daruriyah* terlebih dahulu.

Konsumsi tentunya tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan manusia. 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, yang kemudian membentuk kecenderungan perilaku konsumsi di pasar. Tiga karakteristik perilaku ekonomi dengan menggunakan tingkat keimanan sebagai asumsi, yaitu: ³⁰

- a. Ketika keimanan ada pada tingkat yang cukup baik, maka motif berkonsumsi atau berproduksi akan didominasi 3 motif utama, yaitu: masalah, kebutuhan, dan kewajiban.
- b. Ketika keimanan ada pada tingkat yang kurang baik, maka motifnya tidak didominasi hanya 3 hal di atas tetapi juga akan dipengaruhi secara signifikan oleh ego, rasionalisme (materialisme), dan keinginan yang bersifat individualistis.
- c. Ketika keimanan ada pada tingkat yang buruk, maka motif berekonomi tentu saja akan didominasi oleh

³⁰ Mulyani Toyo, “Labelisasi Halal Terhadap Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Makanan sesuai Hukum Islam”, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 3, No. 1, 2019, h. 74

nilai-nilai individualistis, ego, keinginan, dan rasionalisme.

Dalam Islam juga sudah sangat jelas dijelaskan tentang aturan dalam melakukan segala perbuatan, baik buruk, halal haram yang termaktub dalam Al-Qur'an, hadist, dan ijma' ulama. Nilai dasar yang menjadi fondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim, yaitu:³¹

- 1) Keyakinan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan seorang konsumen untuk mengutamakan konsumsi untuk akhirat daripada dunia. Mengutamakan konsumsi untuk ibadah daripada konsumsi duniawi. Konsumsi untuk ibadah merupakan *future consumption*, sedangkan konsumsi duniawi adalah *present consumption*;
- 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;

³¹ Sri Wigati, "Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Maliyah*, Vol. 01, No. 01, 2011, h. 31

- 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. sebagaimana Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 262 yang artinya: "Orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah, kemudian mereka tidak mengiringi apa yang dinafkakkannya itu dengan menyebut-nyebut pemberiannya dan dengan tidak menyakiti (perasaan si penerima), mereka memperoleh pahala di sisi Tuhan mereka. Tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati".

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 hadist 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.³²

Allah SWT berfirman dalam Al- Qur'an:

وَكُلْ مِمَّا وَرَزَقَكُمُ اللَّهُ لَأَحَدٍ 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 “. (Qs. Al-Maidah: 88)

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).

³² Suharyono, “Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Al-Intaj, Vol. 4, No. 2, 2018, h. 313

Islam telah memberikan kebebasan secara individual kepada manusia dalam masalah konsumsi dengan ketentuan tidak melanggar batas-batas kesucian. Walaupun begitu, kebebasan yang dimaksud disini terbatas pada barang-barang yang baik dan suci saja. Batasan tersebut tidak memberi kebebasan kepada kaum muslimin membelanjakan harta mereka atas barang-barang yang tidak bermanfaat bagi dirinya dan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Manan, selain dengan adanya tiga fondasi dasar, 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.³³ 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. Prinsip ini juga mengandung arti

³³ Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam", Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 7

mengenai mencari rizki yang halal dan tidak dilarang hukum.

b. 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. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Al-A'raf ayat 31 yang artinya: "Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan jangan lah berlebih-lebihan, sesungguhnya Allah tidak menyukai yang berlebih-lebihan".

c. 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. Bersih berarti bahwa makanan harus baik dan cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera.

d. Prinsip Kemurahan Hati

Dengan mentaati ajaran Islam maka tidak ada bahaya atau dosa ketika mengonsumsi 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. Seperti firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 96 yang artinya: "Dihalalkan bagimu binatang buruan laut dan makanan (yang berasal) dari laut sebagai makanan yang lezat bagimu, bagi orang-orang yang dalam perjalanan, dan diharamkan atasmu (menangkap) binatang buruan darat, selama kamu dalam ihram, dan bertakwalah kepada Allah yang kepadaNya lah kamu akan dikumpulkan."

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. Bukan hanya dengan makanan dan minuman langsung tetapi dengan tujuan terakhirnya, yakni untuk meningkatkan atau kemajuan nilai-nilai moral dan spiritual. Seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan terimakasih kepada-Nya setelah makan.

Sedangkan prinsip konsumsi menurut Ali Sakti, bahwa terdapat empat prinsip utama dalam sistem ekonomi Islam yang diisyaratkan dalam Al-Qur'an, yaitu: 1) hidup hemat dan tidak bermewah-mewahan. Ini berarti tindakan ekonomi hanyalah untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) bukan keinginan (*wants*); 2) implementasi zakat, infak, dan shadaqah; 3) pelarangan riba. Menjadikan sistem bagi hasil dengan instrumen mudharabah dan musyarakah sebagai sistem kredit dan instrumen bunganya; 4) menjalankan usaha-usaha yang halal; dari produk atau komoditi, proses produksi hingga distribusi.³⁴

Hery Sudarsono mengatakan, seorang muslim dalam berkonsumsi didasarkan atas beberapa pertimbangan:

1. Manusia tidak kuasa sepenuhnya mengatur detail permasalahan ekonomi masyarakat.

³⁴ Muhammad Muflih, "*Perilaku Konsumen dalam Perspektif Konsumen Islam*" (Jakarta: PT. Rajagrafinfo Persada, 2006), h. 3

Keberlangsungan hidup manusia diatur oleh Allah SWT dalam Surat Al-Waqi'ah ayat 68-69, yang artinya: "Pernahkah kamu memperhatikan air yang kamu minum? Kamukah yang menurunkannya dari awan, atau Kami yang menurunkan".

2. Dalam konsep Islam, kebutuhanlah yang membentuk pola konsumsi seorang muslim. Pola konsumsi yang didasarkan atas kebutuhan akan menghindari pola konsumsi yang tidak perlu. Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Ali Imran ayat 180 yang artinya: "Dan jangan sekali-kali orang-orang yang kikir dengan apa yang diberikan Allah kepada mereka dari karunia-Nya... milik Allah lah warisan (apa yang ada) di langit dan di bumi....".

Meskipun belum didapati sebuah negara Muslim yang menerapkan ekonomi Islam sepenuhnya berdasarkan ajaran Al- Qur'an, Al-hadist, ajaran para sahabat, dan ijtihad para ulama, tetapi dalam kehidupan sehari-hari kita dapat merasakan perbedaan perilaku konsumsi antara masyarakat yang memegang teguh keimanan dan ketaqwaan dengan yang tidak. Ketika seorang konsumen muslim yang beriman dan bertaqwa mendapatkan penghasilan rutinnya,

baik mingguan, bulanan, atau tahunan, dia tidak berpikir pendapatan, yang diraihinya itu dihabiskan semuanya, hanya untuk dirinya sendiri, tetapi karena keimanan dan ketaqwaanya itu dan atas kesadarannya bahwa hidup semata untuk mencapai *ridho* Allah SWT, dia berpikir sinergis.

Harta yang dihasilkannya dimanfaatkan untuk kebutuhan individual, keluarga dan sebagian lagi dibelanjakan di jalan Allah SWT. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari, tidak lain adalah manifestasi dzikir dirinya atas nama Allah SWT. Dengan demikian dia memilih jalan yang dibatasi Allah SWT dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir serta tidak tamak supaya hidupnya selamat baik dunia maupun akhirat.³⁵

Sesungguhnya Islam tidak mempersulit jalan hidup seseorang konsumen. Jika seseorang mendapatkan penghasilan dan setelah dihitung dan hanya mampu memenuhi kebutuhan pribadi dan keluarganya saja, maka tak ada keharusan untuk membelanjakan untuk konsumsi sosial. Sedangkan apabila pendapatannya melebihi konsumsi tidak ada alasan baginya untuk tidak mengeluarkan kebutuhan konsumsi sosial.

Penghasilan yang diperoleh dengan cara yang halal akan digunakan untuk menutupi kebutuhan individu dan

³⁵ Muhammad Muflih, "*Perilaku Konsumen dalam Perspektif Konsumen Islam*" (Jakarta: PT. Rajagrafinfo Persada, 2006), h. 4

keluarga dengan jalan yang halal pula, yang secara langsung menguntungkan pasar, mulai dari produsen hingga pedagang. Setiap uang yang dibelanjakan konsumen menjadi *revenue* bagi pengusaha sebagai bentuk pertukaran antara barang dan uang. Konsumen mendapatkan kepuasan dari barang yang di beli dan pengusaha mendapatkan keuntungan dari barang yang dijualnya.

Konsumen memerlukan barang untuk kelangsungan hidupnya, secara langsung membutuhkan produsen dan pedagang. Sedangkan pengusaha memerlukan konsumen agar dia dapat melanjutkan produksi sekaligus pula menghidupkan diri dan keluarga dari keuntungan barang yang dijualnya. Tidak jarang, dalam satu segi konsumen bisa berperan sebagai produsen dan produsen bisa berperan sebagai konsumen.

Pada pandangan ekonomi Islam terdapat penyeimbang dalam kehidupan, yang tidak ditemukan dalam ekonomi konvensional. Penyeimbang dalam ekonomi Islam ini di paparkan secara jelas dan berulang-ulang dalam Al-Qur'an agar menyalurkan sebagian hartanya dalam bentuk zakat, sedekah, dan infaq. Hal tersebut mengandung ajaran bahwa umat Islam merupakan mata rantai yang kokoh dengan umat Islam yang lain. Dengan kata lain ada solidaritas antara umat yang mampu secara ekonomi terhadap umat muslim yang fakir dan miskin.

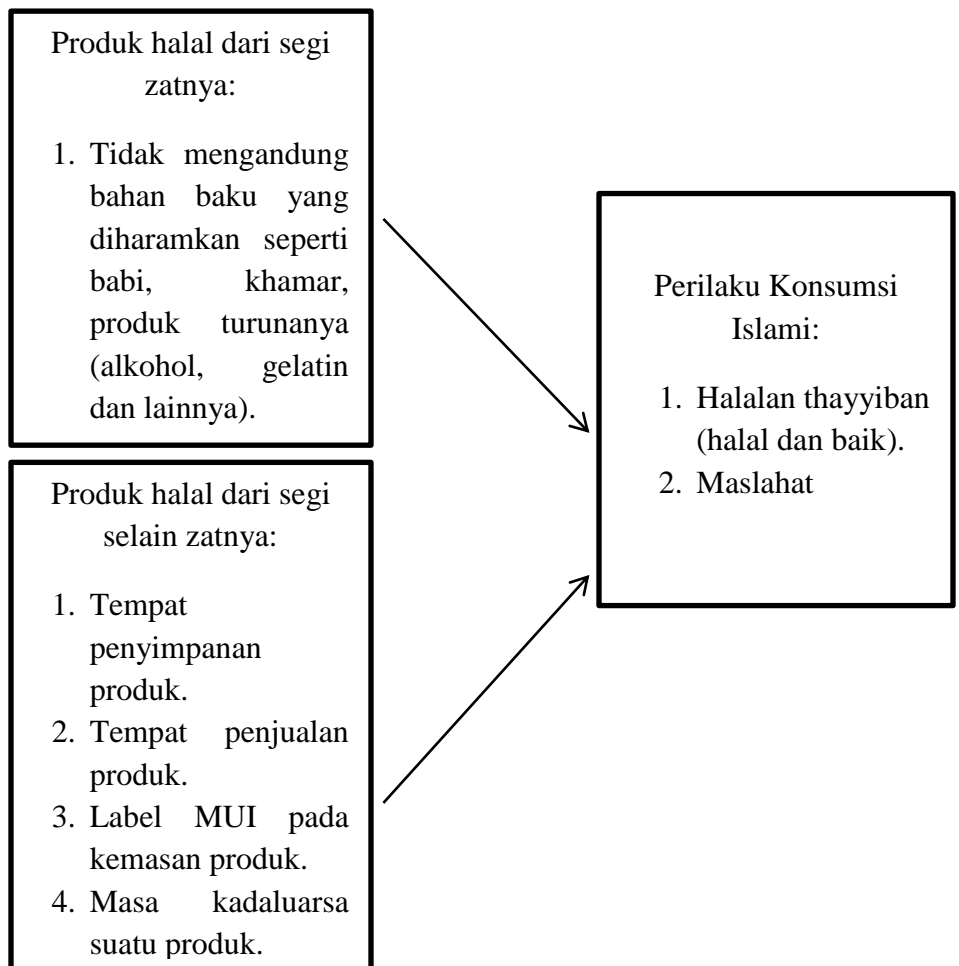
Kebutuhan ataupun keinginan manusia tidak dilarang dalam Islam, selama melalui pemenuhan tersebut dapat meningkatkan martabat manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi barang atau jasa yang halal dan baik saja secara wajar serta tidak berlebihan. Dengan kata lain melakukan kegiatan konsumsi yaitu dengan mengkonsumsi barang dengan kriteria baik barangnya, baik cara mengkonsumsinya dan mendatangkan manfaat bagi pengkonsumsinya.³⁶

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:

³⁶ M. Imanuddin, “Pengaruh Label Halal dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi TA 2016/2017”, *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, Vol. 1, No. 1, 2017, h. 38

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



Dari gambar di atas dapat terlihat bahwa variabel produk halal secara langsung dapat mempengaruhi perilaku konsumsi islami. Produk halal dari segi zatnya berpengaruh

lurus dan positif terhadap perilaku konsumsi islami. Begitu juga dengan produk halal dari segi selain zatnya berpengaruh lurus dan positif terhadap perilaku konsumsi islami.

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.³⁷

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mengkaji tentang perilaku konsumsi produk halal Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas 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

³⁷ Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: Rineka, 2006), h. 72

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.³⁸

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. *Google Form* merupakan salah satu komponen layanan *Google Docs*. Aplikasi ini sangat membantu untuk civitas akademika misalnya dalam membuat kuis dan survey. Aplikasi ini berbasis *web* maka setiap orang dapat memberikan tanggapan terhadap kuesioner secara cepat dimanapun ia berada dengan menggunakan internet komputer maupun *handphone* dengan mengklik alamat *web* atau *link* yang dibagikan pembuat kuesioner tersebut. Semua tanggapan dan jawaban orang lain akan secara otomatis dianalisa dan disimpan oleh aplikasi *Google Form*. Dengan demikian,

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 14

aplikasi ini sangat cocok digunakan untuk mengumpulkan pendapat orang yang berjauhan dan sulit dikumpulkan.³⁹

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.⁴⁰ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester 7 Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu yang berjumlah 373 mahasiswa yang mencakup seluruh program studi Strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu yaitu, Program Studi Ekonomi Pembangunan, Program Studi Manajemen, dan Program Studi Akuntansi.

2. Sampel

Menurut Sugiyono yang dimaksud dengan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki

³⁹ Hamdan Husein Batubara, "Penggunaan Google Form sebagai Alat Penilaian Kinerja Dosen di Prodi PGMI Uniska Muhammad Arsyad Al Banjari", *Al-Bidayah: Jurnal Pendidikan Dasar Islam*, Vol. 8, No. 1, 2016, h. 41

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 117

oleh populasi tersebut.⁴¹ 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 yang berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas 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

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 118

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.⁴² 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.

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 224

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.⁴³

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 item pernyataan yang telah disediakan pada kuesioner di Google Form.

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 207

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	47	36%
Perempuan	85	64%
Total	132	100%

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa jenis kelamin laki-laki terdapat 47 orang atau sebesar 36%. Sedangkan jenis kelamin perempuan terdapat 85 orang atau sebesar 64%. Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas

Bengkulu yang menjadi responden lebih banyak perempuan daripada laki-laki

2. Usia

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
21 Tahun	43	33%
22 Tahun	78	59%
23 Tahun	11	8%
Total	132	100%

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa usia mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu yang berusia 21 tahun sebanyak 43 orang atau sebesar 33%, yang berusia 22 tahun sebanyak 78 orang atau sebesar 59%, dan yang berusia 23 tahun sebanyak 11 orang atau sebesar 8%. Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas 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 (FEB) Universitas Bengkulu dalam membeli produk halal.

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

Tabel 4.3
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	3	4	10	36	79

	memperhatikan tempat penjualan produk					
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.

C. Pembahasan

Berdasarkan tabel 4.3 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 penyimpanan 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. Hal ini mengindikasikan bahwa secara kualitas produk tidak terlalu diperhatikan, keyakinan dalam membeli produk berdasarkan label halal saja.

Berdasarkan tanggapan terbanyak mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu pada item pernyataan 5 yaitu mahasiswa membeli produk halal dengan memperhatikan label halal MUI pada kemasan, hal ini berarti mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu sebenarnya telah sadar dengan keberadaan label

MUI pada produk yang menunjukkan bahwa produk tersebut halal dan dapat dikonsumsi oleh umat Muslim.

Dengan demikian, latar belakang pendidikan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu yang tergolong pendidikan umum (bukan berbasis agama) ternyata sangat memperhatikan keberadaan label halal MUI pada suatu produk.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan tanggapan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu yang terbanyak, yaitu mahasiswa membeli produk halal dengan memperhatikan label halal MUI pada kemasan. Sedangkan, pada tempat penyimpanan 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 (FEB) Universitas Bengkulu, walaupun latar belakang pendidikan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu bukan 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 ummat Muslim yang taat beragama, sangat diwajibkan untuk memperhatikan produk sebelum dikonsumsi agar terhindar dari mengkonsumsi 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. Penelitian selanjutnya diharapkan meneliti dengan jumlah populasi dan sampel yang diperluas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldila Septiana, *"Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam"*, Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 2, 2015.
- 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.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta: Rineka. 2006.
- 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.
- Eka Rahayuningsih, M. Lathoif Ghozali, *"Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah"*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 7, No. 1, 2021.
- Hadi Kuncoro, *"Implementasi Maqashid Syariah sebagai Indikator Perusahaan Islami"*, Fakultas Ekonomi Universitas Al Azhar Indonesia, Vol. 1, No. 3, 2012

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

Keputusan Menteri Pertanian Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012.

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.

M. Imanuddin, “*Pengaruh Label Halal dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi TA 2016/2017*”, *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, Vol. 1, No. 1, 2017.

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

Mulyani Toyo, “*Labelisasi Halal Terhadap Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Makanan sesuai Hukum Islam*”, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 3, No. 1, 2019.

Muhammad Muflih. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada. 2006.

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.

- Panji Adam Agus Putra, *“Kedudukan Sertifikasi Halal dalam Sistem Hukum Nasional sebagai Upaya Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam”*, Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, Vol. 1, No. 1, 2017.
- 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.
- Sri Wigati, *“Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam”*, Maliyah, Vol. 01, No. 01, 2011.
- Stitou, Nora & Rezgui, *“The Muslim Consumer as the Key Player in Halal”*, ASIDCOM Investigations, 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.
- Syafrida, *“Sertifikat Halal pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim”*, Adil: Jurnal Hukum, Vol. 7, No. 2, 2018.
- Tengku Putri Lindung Bulan, *“Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang”*, Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 5, No. 1, 2016.
- Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 08 tahun 1999.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Produk Halal.

Universitas Bengkulu. “*Data Statistik UNIB Semester Ganjil 2020/2021*”, <https://www.unib.ac.id/pusat-informasi/data-statistik-unib/>, diakses pada 11 Februari 2021 pukul 16.15 WIB. 2021.

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.

Ditetapkan di : Bengkulu

Pada Tanggal : 22 Januari 2021



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 36211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website www.iainbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN JURNAL

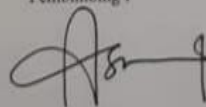
Nama/NIM/Prodi : Rheesty Illabyana/1711130120/Ekonomi Syariah
Penulis ke : 1/2/3
Nama Jurnal : Journal of Islamic Economic and Philanthropy
Status Jurnal : Belum Terakreditasi
Peringkat Jurnal : -
Judul TA/Skripsi : Perilaku Konsumsi Produk Halal pada Mahasiswa
Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas
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.	A
2.	Rabu/13 Januari 2021	Pendahuluan	Mencari data empiris terkait dengan penelitian, teknik pengumpulan data yang representatif.	A
3.	Rabu/20 Januari 2021	Literatur review	Minimal memiliki 30 penelitian terdahulu.	A

			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.	Senin/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 1



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 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

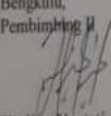
LEMBAR BIMBINGAN JURNAL

Nama/NIM/Prodi : Rheesty Illahyana/1711130120/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 (FEB) Universitas
Bengkulu.

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Pembimbing	Paraf Pembimbing
1.	Kamis/28 Januari 2021	Metode Penelitian	Pelajari metode penelitian yang akan digunakan	21
2.	Senin/8 Februari 2021	Kuesioner Penelitian	Membuat kisi-kisi kuesioner penelitian dan lakukan penelitian.	21
3.	Selasa/20 April 2021	Hasil Penelitian	Tambahkan pada pembahasan dan lanjutkan ke pembimbing I	21

Bengkulu, 28 Juli 2021

Pembimbing I


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 :

NO	Tanggal	Masalah	Saran
		✓ Teknik sampling jelaskan di Individu. (geogle Form)	
		✓ Latar Belakang.	
		✓ pembahasan Tabel.	
		✓ Daftar pustaka	

Bengkulu,

Penguji I/II

.....

NIP



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 :

NO	Tanggal	Masalah	Saran
		lengkapi laporan. latividu	Berkas

Bengkulu,
Penguji I/II

.....
NIP



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.iaibengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

Perilaku Konsumsi Produk Halal pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(FEB) Universitas Bengkulu

Nama/NIM/Prodi : Rheesty Illahyana/1711130120/Ekonomi Syariah
Penulis ke : 1²³ (Lingkari)
Nama Jurnal : Journal of Islamic Economis 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. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032000

Herlina Yustati, MA., Ek
NIP. 198505222019032004

**Tabulasi Data Produk Halal Mahasiswa FEB Universitas
Bengkulu**

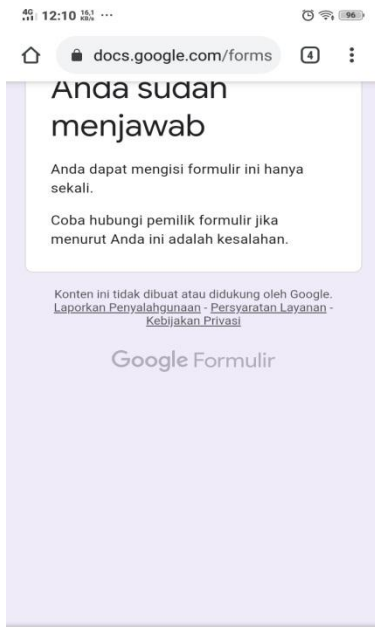
No. Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Total
1	4	5	5	4	4	5	27
2	5	4	2	1	5	5	22
3	4	4	4	4	5	4	25
4	5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	4	5	5	5	29
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	3	5	5	28
8	5	5	5	5	5	5	30
9	5	5	5	5	4	5	29
10	4	4	5	3	5	5	26
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	3	3	5	5	26
13	5	5	3	4	5	4	26
14	4	5	4	4	5	5	27
15	4	3	4	4	5	4	24
16	5	5	4	5	5	5	29
17	4	4	4	4	5	4	25
18	5	5	5	5	5	5	30
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	4	4	5	5	28
21	5	5	5	5	5	5	30
22	5	5	5	5	5	5	30
23	3	3	2	2	5	4	19
24	5	5	5	4	5	5	29
25	5	5	4	4	5	5	28
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	5	5	5	5	5	30
28	5	5	4	4	4	4	26

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	5	5	4	4	5	5	28
33	5	5	5	5	5	4	29
34	5	5	5	5	5	5	30
35	5	5	5	5	5	5	30
36	5	5	5	5	5	5	30
37	5	5	3	5	5	5	28
38	5	3	2	1	5	5	21
39	5	5	5	5	5	5	30
40	5	4	3	3	4	5	24
41	5	5	5	4	5	5	29
42	5	4	5	5	5	5	29
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	5	5	5	5	5	30
45	5	3	5	4	5	5	27
46	4	4	4	5	5	5	27
47	5	5	3	2	5	5	25
48	4	4	3	5	5	5	26
49	5	5	5	5	5	5	30
50	3	2	1	1	5	4	16
51	5	5	5	5	5	5	30
52	5	5	5	5	5	5	30
53	5	5	5	5	5	5	30
54	5	5	4	4	4	4	26
55	5	5	4	5	4	5	28
56	5	5	2	2	5	5	24
57	5	5	5	5	5	5	30
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	4	4	4	5	4	25
60	5	5	5	5	5	5	30

61	5	5	3	4	5	5	27
62	5	5	5	2	5	5	27
63	5	5	5	5	5	5	30
64	5	5	4	4	5	4	27
65	5	5	4	5	5	5	29
66	5	5	5	5	5	4	29
67	5	5	4	4	5	5	28
68	5	5	5	5	5	5	30
69	5	5	2	5	5	3	25
70	5	5	5	5	5	5	30
71	5	5	4	4	4	5	27
72	4	4	4	4	5	4	25
73	4	4	5	5	5	5	28
74	5	5	5	5	5	5	30
75	5	5	5	5	5	5	30
76	4	5	5	5	5	5	29
77	4	4	5	5	5	5	28
78	4	4	4	4	5	4	25
79	5	5	5	5	5	5	30
80	4	4	4	4	5	5	26
81	4	4	4	4	5	5	26
82	4	3	4	4	5	4	24
83	5	5	5	5	5	5	30
84	4	5	5	5	5	5	29
85	5	5	5	5	5	5	30
86	4	4	3	3	5	5	24
87	5	5	5	4	5	4	28
88	5	5	5	5	5	4	29
89	4	4	4	5	5	5	27
90	4	4	4	4	5	4	25
91	5	5	5	5	5	5	30
92	4	4	4	4	5	5	26

93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	5	5	5	5	5	30
95	5	5	5	5	5	5	30
96	5	5	5	5	5	5	30
97	5	5	5	5	5	5	30
98	5	5	5	5	5	4	29
99	5	5	5	5	5	4	29
100	5	4	4	4	5	4	26
101	5	5	5	5	5	5	30
102	5	5	5	5	5	4	29
103	5	5	5	5	5	5	30
104	5	5	4	4	5	3	26
105	5	5	5	5	5	3	28
106	5	4	4	4	5	4	26
107	5	5	5	3	5	4	27
108	4	5	5	5	5	4	28
109	5	5	5	5	5	4	29
110	4	5	5	5	5	4	28
111	3	4	3	4	5	4	23
112	5	4	4	4	5	4	26
113	5	5	5	5	5	5	30
114	5	5	5	5	5	3	28
115	3	3	3	3	5	5	22
116	4	3	4	3	5	4	23
117	5	4	4	3	5	4	25
118	4	5	5	5	5	5	29
119	4	4	3	4	5	4	24
120	4	3	4	5	5	4	25
121	4	5	3	4	5	4	25
122	5	5	4	5	5	3	27
123	3	4	5	5	5	5	27
124	5	5	5	3	5	5	28

125	4	4	3	5	5	5	26
126	4	5	4	5	5	5	28
127	5	4	5	4	5	5	28
128	4	5	5	5	5	5	29
129	5	5	3	4	5	5	27
130	4	5	4	5	5	4	27
131	5	4	5	5	5	4	28
132	4	5	4	5	5	4	27
Total	616	612	576	580	652	613	



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



Azidni Rofiqo, S.E.I., M.E.

PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK HALAL PADA MAHASISWA DI KOTA BENGKULU

Annisah Monica Juliyanti¹, Rheesty Illahyana², Zul Fikri³,
Asnaini⁴, Herlina Yustati⁵

(annisahmo1998@gmail.com, rheesty@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 calculated compared with the t_{table} , which is 2.01. Based on the results of t_{count} in this study, it is known that $t_{count} < t_{table}$ 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 Dwiviyati 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 وَرَزَقْنَاكَ اللَّهُ حَلالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِمْ 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 mengkonsumsi.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 kepastian 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 terlampau 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 kedaluarsa 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:

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

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	D2
		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
n=6				35	703

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan tabel diperoleh:

n: 6

D: 35

D²: 703

Berikut perhitungan nilai t dengan menggunakan analisis beda:

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

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 $t_{hitung} < t_{tabel}$ 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.

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 dasar 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.