

**PERBANDINGAN PERILAKU KONSUMSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM (FEBI) IAIN BENGKULU DAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS (FEB)
UNIVERSITAS BENGKULU DALAM MEMBELI
PRODUK HALAL**



SKRIPSI

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

OLEH :

ANNISAH MONICA JULIYANTI

NIM : 1711130130

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

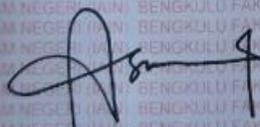
PERSETUJUAN PEMBIMBING

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

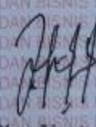
Bengkulu, 28 Juli 2021 M
18 Dzulhijjah 1442 H

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Asnaini, M.A.
NIP. 197304121998032003



Herlina Yustati, MA., Ek.
NIP. 198505222019032004



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

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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Perbandingan Perilaku Konsumsi Mahasiswa
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu dalam Membeli Produk
Halal", oleh Annisah Monica Juliyanti NIM.1711130130, Program Studi
Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan
Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama
Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

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

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

Bengkulu, 25 Agustus 2021 M
16 Muharram 1443 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Andang Sunarto, Ph.D
NIP. 197611242006041002

Herlina Yustati, M.A.Ek.
NIP.198505222019032004

Penguji I

Penguji II

Andang Sunarto, Ph.D
NIP. 197611242006041002

Idwal B, MA
NIP. 198307092009121005

Mengetahui,
Pff. Dekan

Dr. Anshari, M.A

NIP. 197304121998032003

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

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

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

Bengkulu, 28 Juli 2021 M
18 Dzulhijjah 1443 H

yang menyatakan



Samsul Munir Juliyanti
NIM. 1711130130

MOTTO

“Semakin Berkurang Rasa Takutmu, Semakin Terkikis Kelemahanmu, Semakin Tajam Kelebihanmu, Semakin Kuat Dirimu”

“Dirimu adalah Penulis Buku Amalmu. Pastikan Layak Dibaca pada Hari Penghakiman”

“Dan segala sesuatu yang telah mereka perbuat tercatat dalam buku-buku catatan”

(Al-Qomar:52)

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. Puji Syukur kepada Allah SWT yang senantiasa telah memberikan anugerah kesehatan lahir dan bathin, dipermudah segala urusan, dan diberikan umur untuk bisa melangkah sejauh ini.*
- 2. Kedua orang tuaku, Nek Nang dan Nek Ino (Almh), Aa Yongki Gunawan, Ayuk Amimah Oktarina, dan Ayuk Attilah Nopriani yang tercinta, yang selalu mendoakanku, mendukungku dalam segala hal baik, selalu mencurahkan kasih sayang dan perhatian, serta memberikanku motivasi demi tercapainya keberhasilanku. Semoga ini menjadi langkah awalku untuk membuat kalian bahagia. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan merahmati kalian.*

3. *Seluruh keluarga besarku yang telah memberikan semangat maupun dukungan selama aku menempuh pendidikan.*
4. *Uda Ferry Naldi yang selalu mendoakanku, mendukungku dalam segala hal baik, selalu mencurahkan kasih sayang dan perhatian, serta memberikanku motivasi demi tercapainya keberhasilanku.*
5. *Sahabat-sahabatku, Ade Ayu Jussy Nur Rocmah, Tika Lestari dan Reni Agustin Hermanto yang selalu memberikan doa, semangat, dan bantuannya, yang senantiasa mendoakan, membantuku, menemani hari-hari baik maupun burukku, dan mendengarkan keluh kesahku.*
6. *Sahabat-sahabatku, Rheesty Illahyana, 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.*

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

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

ABSTRAK

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

oleh Annisah Monica Juliyanti, NIM. 1711130130

Dalam penelitian ini yang menjadi daya tarik utama adalah perilaku mahasiswa dalam membeli produk halal pada PTKIN Institut Agama Islam Negeri Bengkulu dan PTN Universitas Bengkulu. Dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif berdasarkan jenis data primer melalui teknik analisis deskriptif dengan sampel 132 mahasiswa IAIN FEBI dan 132 mahasiswa FEB UNIB di Kota Bengkulu. Berdasarkan hasil perhitungan uji-t diperoleh nilai t-hitung sebesar 1,42. Selanjutnya nilai t tersebut dihitung dibandingkan dengan ttabel yaitu 2,01. Berdasarkan hasil hitung dalam penelitian ini diketahui bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,42 < 2,01$, sehingga tidak terdapat perbedaan yang signifikan perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu dan FEB UNIB, meskipun kelompok mahasiswa yang berasal dari basis keilmuan yang berbeda yaitu dari perguruan tinggi Islam dan masyarakat umum tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan dalam mengkonsumsi produk tersebut.

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

ABSTRACT

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

by Annisah Monica Juliyanti, NIM. 1711130130

In this study, the main attraction is the behavior of students in buying halal products at PTKIN Bengkulu State Islamic Institute and Bengkulu University PTN. By using a quantitative approach method based on the type of primary data through descriptive techniques with a sample of 132 IAIN FEBI students and 132 FEB UNIB students in Bengkulu City. Based on the results of the t-test calculation, the t-count value is 1.42. Furthermore, the t value is calculated compared to the t table which is 2.01. Based on the results of the calculations 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 are: from Islamic universities and the general public did not show significant differences in consuming these products.

Keyword: *Halal Product, Consumer Behavior, College Student.*

KATA PENGANTAR

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

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

1. Dr. KH. Zulkarnain Dali, M.Pd selaku Plt Rektor IAIN Bengkulu yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di kampus hijau tercinta.

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

Dalam penyusunan artikel ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan mengharapkan kritik dan

saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis kedepannya.

Bengkulu, 25 Agustus 2021 M
16 Muharram 1443 H

Penulis,

Annisah Monica Juliyanti
NIM. 1711130130

DAFTAR ISI

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

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori	
1. Pengertian Produk Halal.....	11
2. Indikator Produk Halal	14
3. Teori Perilaku Konsumsi dalam Islam	21
B. Kerangka Teori.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	35
B. Lokasi Penelitian.....	36
C. Informan Penelitian.....	37

D. Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Teknik Analisis Data.....	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	
1. Jenis Kelamin	41
2. Usia.....	42
B. Hasil Penelitian	42
C. Pembahasan.....	47

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	55
B. Saran.....	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	: Nilai atau Skor Penilaian Kuesioner	39
Tabel 4.1	: Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	41
Tabel 4.2	: Jumlah Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3	: Tanggapan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu Terhadap Pembelian Produk Halal.....	43
Tabel 4.4	: Tanggapan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEB) Universitas Bengkulu Terhadap Pembelian Produk Halal.....	44
Tabel 4.5	: 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.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Teori	33
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Penunjukkan Dosen Pembimbing

Lampiran 2 : Lembar Bimbingan Pembimbing 1

Lampiran 3 : Lembar Bimbingan Pembimbing 2

Lampiran 4 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 5 : Lembar Saran Penguji 1

Lampiran 6 : Lembar Saran Penguji 2

Lampiran 7 : *Letter Of Acceptance* (LOA)

Lampiran 8 : Halaman Persetujuan Pembimbing

Lampiran 9 : Tabulasi Data

Lampiran 10 : Jurnal yang Telah Terbit

Lampiran 11 : Foto Tanggapan Responden di Google Form

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bagi umat muslim baik anak-anak, orang tua, dan mahasiswa, pasar produk halal tentu saja menjadi pilihan yang tepat agar terhindar dari mengkonsumsi produk haram. Dalam pasar produk halal tidak hanya berupa labelisasi halal, namun dapat dilihat dari komposisi ataupun dari masa kedaluwarsa produk tersebut. Halal adalah segala sesuatu yang diperbolehkan oleh syariat untuk dikonsumsi. Terutama, dalam hal makanan dan minuman.¹

Edukasi mengenai produk halal merupakan hal yang sangat penting dan menjadi tanggung jawab bersama. Salah satu pihak yang memiliki peran dalam memberikan edukasi kepada masyarakat adalah perguruan tinggi. Di kota Bengkulu terdapat dua jenis 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

¹ 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.

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. Untuk melakukan penelitian mengenai perilaku konsumsi mahasiswa pada kedua perguruan tinggi tersebut dengan menitikberatkan pada produk halal makanan yang sudah bersertifikat halal secara resmi oleh lembaga Majelis Ulama Indonesia (MUI).²

Dalam mengonsumsi produk halal terutama makanan merupakan kegiatan yang mutlak dan tidak dapat ditawar lagi. Allah SWT telah menyediakan ummat manusia dengan sangat banyak makanan yang halal daripada makanan yang haram. Pada Quran Surat Al Baqarah (2):(173) dan Surat Al Maidah (5):(3) telah dijelaskan tentang produk makanan halal dan haram. Yang artinya: “Allah SWT telah mengharamkan bangkai, darah, daging babi, dan binatang (daging hewan) yang ketika disembelih disebut (nama) selain Allah.” Makanan halal dapat dilihat dari proses pemotongan,

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.

penyimpanan, penyajian, penyiapan, kesehatan, dan kebersihan.³

Berdasarkan pengamatan 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 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.

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

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu?
2. Bagaimana perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu?
3. Bagaimana perbandingan perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu.
2. Untuk mengetahui perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu.
3. Untuk membandingkan perilaku konsumsi produk halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

(FEBI) IAIN Bengkulu, dan 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 khazanah keilmuan, hasil penelitian ini bermanfaat sebagai penambah ataupun pembanding teori-teori yang telah ada yang berkaitan dengan perilaku konsumsi dan produk halal di suatu institusi pendidikan.
2. Secara Praktis

Adapun kegunaan dan manfaat secara praktis adalah diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kalangan mahasiswa dan lapisan masyarakat luas terutama setiap orang yang ingin memperdalam ilmu

Ekonomi Islam di setiap perguruan tinggi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

E. Penelitian Terdahulu

Kajian empiris yang berasal dari jurnal-jurnal nasional yang berkaitan dengan perilaku konsumen terhadap produk halal menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Penelitian 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.⁴

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

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

tentang makanan halal berada pada kategori paling sedang sebesar 40,2% dan sikap positif sebesar 53,6%.⁵

Penelitian Nurul Huda, Hulmansyah, dan Nova Rini tahun 2018 melakukan penelitian dengan menyebar kuesioner terhadap 150 responden. Tujuan penelitiannya adalah menguji faktor pengetahuan, sikap, norma subyektif, kendali perilaku, dan komitmen beragama terhadap perilaku melalui intensi untuk konsumsi produk halal. Hasil penelitiannya menunjukkan variabel pengetahuan, sikap, norma subyektif, kendali perilaku, dan komitmen beragama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku melalui intensi untuk mengkonsumsi produk halal.⁶

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

⁵ Ali Rosidi dkk, *“Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Produk Halal”*, Jurnal Gizi UNIMUS, Vol. 7, No. 2, 2018, h. 46

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

⁷ Dwiwiyati Astogini, Wahyudin, Siti Zulaikha Wulandari, *“Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang*

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.⁸

Adapun 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 dianggap terletak pada lembaga pemberi sertifikat, pemerintah dan produsen ataupun distributor, konsumen pun memiliki tanggung jawab tersebut. Dengan kata lain,

⁸ 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

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.
- BAB IV** : Bab hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari gambaran umum objek

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

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. Pengertian Produk Halal

Komunitas muslim di seluruh dunia telah membentuk segmen pasar yang potensial dikarenakan pola khusus mereka dalam mengkonsumsi suatu produk. Pola konsumensi ini diatur dalam ajaran islam yang disebut dengan Syariat. Dalam syariat tidak diperkenankan bagi kaum muslim untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu karena substansi yang dikandungnya atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran syariat tersebut.¹⁰

Kata halal berasal dari bahasa Arab yang berarti “melepaskan” dan “tidak terikat”. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Sertifikat halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam.¹¹ Sertifikat halal ini

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

¹¹ Aldila Septiana, “*Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam*”, *Jurnal DINAR Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 1, 2016.

merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Biasanya kata halal bisa digunakan untuk menyebut makanan dan minuman yang boleh dikonsumsi menurut syar'i. Saat ini kesadaran umat islam di dunia untuk mengkomunikasi produk-produk halal terbilang sangat tinggi. Begitu pula dengan pakaian, keputusan MUI merujuk kepada Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (JPH) dan MUI berlandaskan kepada UU tersebut.

Halal menurut surat Al-A'raf (7:157) Dan Nabi Muhammad menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk. Dalam konteks yang lebih luas, istilah halal merujuk kepada segala sesuatu yang diizinkan atau diperbolehkan menurut hukum islam meliputi aktivitas, tingkah laku, cara berpakaian, cara mendapatkan rezeki dan sebagainya.¹²

Sebagai konsumen Muslim, sangat penting untuk mengetahui kategori produk yang mereka beli maupun gunakan apakah halal atau haram. Karena pada kenyataannya masih ditemukan bahwa konsumen tidak mendapat akses informasi yang cukup mengenai sertifikasi halal ataupun

¹² Suharyono, “ *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam* “, Al Intaj, Vol.4, No.2, 2018.

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.¹³

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

¹³ 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

¹⁴ Rahmah Maulidia, “Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal bagi Konsumen”, *Justitia Islamica*, Vol. 10, No. 2, 2013, h. 386

Makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia, dari sisi bisnis kedua jenis usaha ini akan terus berlangsung sepanjang manusia itu masih hidup, dan yang terpenting dalam menjanjikan makanan dan minuman sebagai lahan bisnis berusaha keras jangan sampai tercampur unsur yang merugikan orang lain (beracun, kadarluarsa dan haram). 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.

2. Indikator Produk Halal

Produk halal mengacu pada produk-produk yang memenuhi syarat syar'i yang mencegah keharaman, baik ditinjau dari segi zatnya maupun selain zatnya.¹⁵ 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

¹⁵ Burhanuddin, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Malang: UIN Maliki, 2011), h. 95

termasuk di dalamnya adalah harta untuk memperolehnya dan proses membuatnya.¹⁶

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.¹⁷

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

¹⁶ Al-Ghazalli, *Etika Islam Bimbingan Awal Menuju Hidayah Ilahi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2007), h. 45

¹⁷ Nurain Harahap, Disertasi: “Analisis Perilaku Konsumen Produk Halal di Kota Medan”, (Sumatera Utara: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020), h. 3

mempengaruhi secara signifikan terhadap niat untuk membeli produk dan juga pengetahuan produk halal dapat juga secara langsung mempengaruhi sikap.¹⁸

Produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat.¹⁹ Menurut Pasal 1 Angka 5 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan menyatakan bahwa : “Panganan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik yang 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 pengelolaannya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam”.

Perhatian terhadap perilaku konsumen produk halal merupakan bagian dari penilaian 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

¹⁸ 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

¹⁹ Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Produk Halal

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.

Mengonsumsi produk halal menurut keyakinan agama Islam juga merupakan hak warga negara yang dijamin oleh Undang-Undang Dasar 1945, khususnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 08 tahun 1999. 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 Aldila Septiana, "*Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam*", Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016.

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 monopilitis 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 :²¹

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 mengandung ethanol di bawah 1% sebagai hasil fermentasi yang direkayasa adalah haram atas dasar preventif, tapi tidak najis.
- 4) Minuman keras yang dibuat dari air perasan tape dengan kandungan ethanol minimal 1% termasuk kategori khamr.

²¹ Burhanuddin. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Malang (ID): UIN Maliki.

- 5) Tape dan air tape tidak termasuk khamr, kecuali apabila memabukkan.
- b. Ethanol, fusel 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 yaitu, Mubah, apabila dalam hasil produk akhirnya tidak terdeteksi. Dan haram, apabila dalam hasil produk akhirnya masih terdeteksi.
 - 3) Fusel oil yang bukan berasal dari khamr adalah halal dan suci.
 - 4) Fusel oil yang berasal dari khamr adalah haram dan najis.
 - 5) Komponen yang dipisahkan secara fisik dari fusel oil yang berasal dari khamr hukumnya haram.
 - 6) 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.
 - 7) Cuka yang berasal dari khamr baik terjadi dengan sendirinya maupun melalui rekayasa, hukumnya halal dan suci.

8) Ragi yang dipisahkan dari proses pembuatan khamr setelah dicuci sehingga hilang rasa, bau dan warna khamr-nya, hukumnya halal dan suci.

c. Pemotongan 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 pernafasan tenggorokan (hulqum), saluran makanan (mari''), 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 mengkonsumsi 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 mengkonsumsi makanan atau minuman yang menggunakan nama-nama makanan atau minuman yang diharamkan seperti *whisky*, *brandy*, *beer*, dan lain-lain.

3. Teori Perilaku Konsumsi dalam Islam

Teori perilaku konsumen yang dibangun berdasarkan syariah Islam, memiliki perbedaan yang mendasar dengan teori konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi fondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk mengkonsumsi.²²

²² Mochammad Arif Budiman, Mairijani, & Nurhidayati, “*Persepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim terhadap Produk Halal*”, ASBIS POLIBAN, Vol.4, 2019.

Ada tiga nilai dasar yang menjadi fondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim:²³

- a. Keyakinan akan 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* (karena terdapat balasan surga di akherat), sedangkan konsumsi duniawi adalah *present consumption*.
- b. 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 merupakan kunci moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan menjauhkan diri dari kejahatan.
- c. Kedudukan harta merupakan anugrah Allah SWT dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus dijauhi secara berlebihan). Harta

²³ Mochammad Arif Budiman, Mairijani, & Nurhidayati, “*Persepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim terhadap Produk Halal*”, ASBIS POLIBAN, Vol.4, 2019.

merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup, jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar.

Secara umum perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen Muslim, maka dia komitmen dengan kaidah-kaidah dan hukum-hukum yang disampaikan dalam syariat untuk mengatur konsumsi agar mencapai kemanfaatan konsumsi seoptimal mungkin, dan mencegah penyelewengan dari jalan kebenaran dan dampak madharatnya, baik bagi konsumen sendiri maupun yang selainnya.

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

Pada tingkat pendapatan tertentu, konsumen Islam, karena memiliki alokasi untuk hal-hal yang menyangkut akhirat,

akan mengkonsumsi barang lebih sedikit daripada non-muslim. Hal yang membatasinya adalah konsep masalah tersebut di atas. Tidak semua barang/jasa yang memberikan kepuasan/utility mengandung masalah di dalamnya, sehingga tidak semua barang/jasa dapat dan layak dikonsumsi oleh umat Islam. Dalam membandingkan konsep ‘kepuasan’ dengan ‘pemuhan kebutuhan’ (yang terkandung di dalamnya masalah), kita perlu membandingkan tingkatan-tingkatan tujuan hukum syara’ yakni antara daruriyyah, tahsiniyyah dan hajiiyyah.²⁴

Sebagaimana kita pahami dalam pengertian ilmu ekonomi konvensional, bahwa ilmu ekonomi pada dasarnya mempelajari upaya manusia baik sebagai individu maupun masyarakat dalam rangka melakukan pilihan penggunaan sumber daya yang terbatas guna memenuhi kebutuhan (yang pada dasarnya tidak terbatas) akan barang dan jasa. Kelangkaan akan barang dan jasa timbul bila kebutuhan (keinginan) seseorang atau masyarakat ternyata lebih besar daripada tersedianya barang dan jasa tersebut. Jadi kelangkaan ini muncul apabila tidak cukup barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut.

Ilmu ekonomi konvensional tampaknya tidak membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Karena

²⁴ Maulidia, Rahmah, “*Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal bagi Konsumen*”, *Justitia Islamica*, Vol.10, No.2, 2013.

keduanya memberikan efek yang sama bila tidak terpenuhi, yakni kelangkaan. Kebutuhan berkaitan dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna atau kebutuhan utama. Contohnya: makanan, pakaian dan tempat tinggal. Sedangkan keinginan ialah berkaitan dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang tetapi hanya dapat memuaskan. Contohnya: perhiasan, alat elektronik dan lain sebagainya.

Pada dasarnya Islam memang tidak memperbolehkan hidup bermewah-mewahan bagi setiap muslim. Kesederhanaan hidup adalah prinsip islam umum yang tidak boleh hilang dari ingatan dalam memilih suatu gaya hidup. Dalam kegiatan konsumsi, kita mengasumsikan bahwa konsumsi cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum.

Kebutuhan dan keinginan berbeda antara sistem ekonomi konvensional dan islam. Kebutuhan itu berasal dari fitrah manusia, bersifat objektif, serta, mendatangkan manfaat dan kemlahatan disamping kepuasan. Sementara itu keinginan berasal dari hasrat manusia yang bersifat subjektif. Bila keinginan terpenuhi, hasil yang diperoleh adalah dalam

bentuk kepuasan atau manfaat psikis disamping manfaat lainnya.²⁵

Konsumsi adalah kegiatan pemanfaatan penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Konsumsi di gunakan untuk memenuhi kebutuhan (hajat) dan kepuasan (manfaat). Tujuan dari konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup secara langsung, penggunaan terhadap barang atau jasa diluar tujuan tersebut tentunya tidak termasuk sebagai kegiatan konsumsi.

Permintaan adalah hasrat atau keinginan terhadap suatu barang (*raghbah fi al-syai*). Secara garis besar, pengertian permintaan Islam dan konvensional adalah sama, namun ada prinsip-prinsip dan batasan yang harus diperhatikan oleh individu muslim dalam keinginannya yang telah disebutkan diatas.

Perbedaan Permintaan dalam Islam dan Konvensional adalah Sumber hukumnya dan adanya batasan syari'ah, sudut pandang barangnya, motif dari permintaan dan tujuannya. Konsumsi secara umum dapat diartikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Pengertian konsumsi dalam ekonomi Islam sama, tapi memiliki perbedaan dalam setiap yang melingkupinya. Perbedaan yang mendasar dengan ekonomi konvensional

²⁵ Maulidia, Rahmah, "Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal bagi Konsumen", *Justitia Islamica*, Vol.10, No.2, 2013.

terdapat dalam tujuan konsumsi itu sendiri cara pencapaiannya harus memenuhi kaidah pedoman syariah.

Hal-hal yang termasuk ke dalam kategori konsumsi sangat beragam. Salah satunya adalah kegiatan membeli segala bentuk produk dan jasa. Namun sebagian besar masyarakat umumnya menganggap konsumsi hanya berkaitan dengan makanan dan minuman.²⁶ Padahal pada kenyataannya, kegiatan konsumsi tersebut dapat di jelaskan dengan sangat luas. Kegiatan konsumsi tentunya tidak terlepas dari kaitannya dengan masyarakat. Karena seseorang pasti melakukan kegiatan konsumsi untuk kebutuhan hidupnya.

Dalam konsumsi terdapat lima prinsip dasar, yaitu:

- a. Prinsip Keadilan
- b. Prinsip Kebersihan
- c. Prinsip Kesederhanaan
- d. Prinsip Kemurahan Hati
- e. Prinsip Moralitas

Dalam ekonomi Islam, tujuan konsumsi adalah 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.

²⁶ Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam", Jurnal DINAR Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1, 2016.

Masalah adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini.²⁷ Ada lima elemen dasar, yakni: agama, 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.²⁸

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.²⁹

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

²⁷ Maulidia, Rahmah, “*Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal bagi Konsumen*”, *Justitia Islamica*, Vol.10, No.2, 2013.

²⁸ Aldila Septiana, “*Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam*”, *Jurnal DINAR Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 2

²⁹ 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

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.³⁰

Allah SWT berfirman dalam Al- Qur'an:

وَكُلُّ مِمَّا وَارَزَقَكُمْ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

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

³⁰ Suharyono, “Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Al-Intaj, Vol. 4, No. 2, 2018, h. 313

Konsep maslahat pada konsumen muslim sangatlah diperlukan. Dalam pengertian umum maslahat adalah setiap segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, seperti menghasilkan keuntungan (kesenangan).

Adapun prinsip konsumsi menurut Ali Sakti, bahwa ada empat prinsip utama dalam sistem ekonomi islam yang diisyaratkan dalam Al-Qur'an, yaitu:

- a. Hidup hemat dan tidak bermewah-mewahan. Ini berarti tindakan ekonomi hanyalah untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) bukan keinginan (*wants*);
- b. Implementasi zakat, infak, dan shadaqah;
- c. Pelarangan riba. Menjadikan sistem bagi hasil dengan instrumen mudharabah dan musyarakah sebagai sistem kredit dan instrumen bunganya;
- d. Menjalankan usaha-usaha yang halal; dari produk atau komoditi, proses produksi hingga distribusi.³¹

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.

³¹ Muhammad Muflih, "*Perilaku Konsumen dalam Perspektif Konsumen Islam*" (Jakarta: PT. Rajagrafinfo Persada, 2006), h. 3

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.³²

Dalam Islam sesungguhnya 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.

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

³² Muhammad Muflih, "*Perilaku Konsumen dalam Perspektif Konsumen Islam*" (Jakarta: PT. Rajagrafinfo Persada, 2006), h. 4

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.

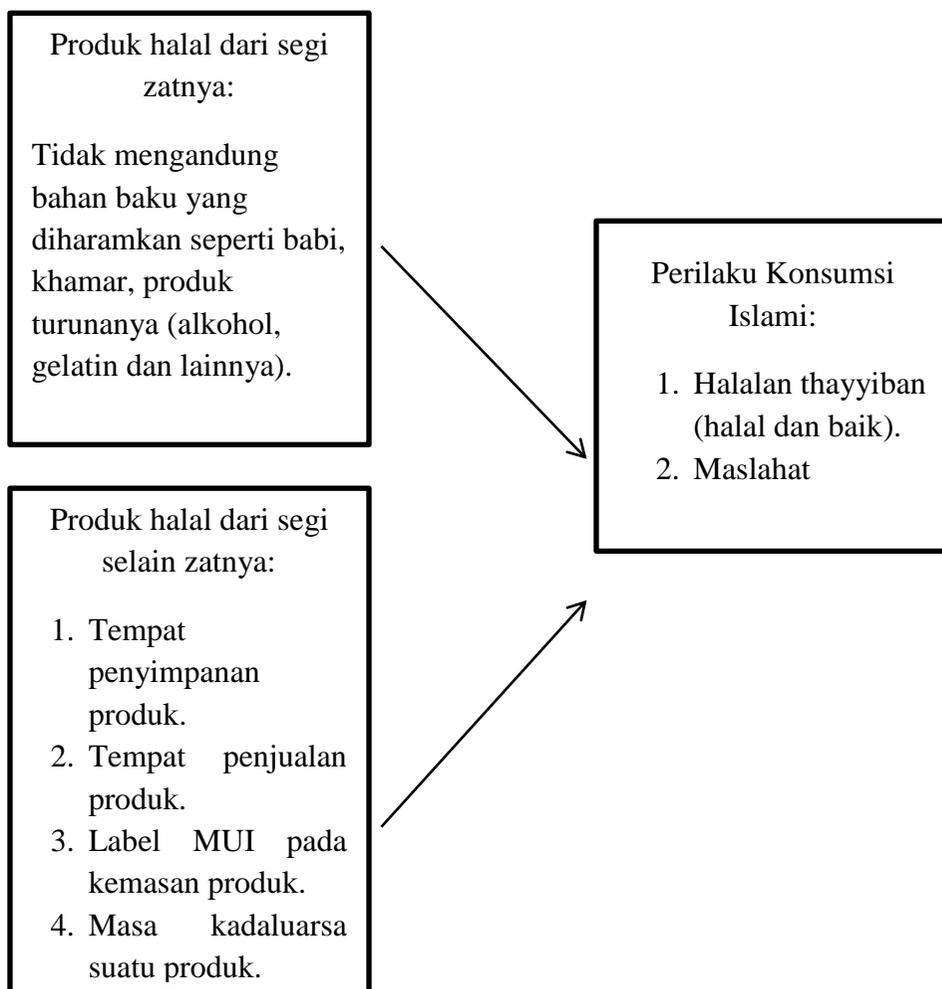
Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut dapat meningkatkan martabat manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi barang atau jasa yang halal dan baik saja secara wajar serta tidak berlebihan. Dengan kata lain melakukan kegiatan konsumsi yaitu dengan mengkonsumsi barang dengan kriteria baik barangnya, baik cara mengkonsumsinya dan mendatangkan manfaat bagi pengkonsumsinya.³³

³³ 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

B. Kerangka Teori

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

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



Berdasarkan pada gambar 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.³⁴

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mengkaji tentang perilaku konsumsi produk halal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang

³⁴ Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: Rineka, 2006), h. 72

berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya digunakan random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³⁵

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*.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 14

Dengan demikian, aplikasi ini sangat cocok digunakan untuk mengumpulkan pendapat orang yang berjauhan dan sulit dikumpulkan.³⁶

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.³⁷ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester 7 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu yang berjumlah 395 mahasiswa dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu yang berjumlah 373 mahasiswa yang mencakup seluruh program studi Strata 1 (S1).

2. Sampel

Menurut Sugiyono yang dimaksud dengan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³⁸ Untuk itu sampel yang digunakan harus

³⁶ 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

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 117

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 118

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 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.

D. Sumber Data

Pada penelitian ini memerlukan data yang relevan dengan permasalahan yang dibahas. Sumber data yang digunakan yaitu menggunakan data primer. Data primer adalah data yang langsung diberikan oleh orang yang berkepentingan dengan data tersebut, sehingga asal usul,

kelemahan dan informasi yang terdapat pada data primer memerlukan pengolahan lebih lanjut agar dapat digunakan sebagai sumber penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah-langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data.³⁹ 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. Berikut ini nilai atau skor penilaian dari setiap pernyataan dalam kuesioner yang dijawab oleh responden.

Tabel 3.1
Nilai Atau Skor Penilaian Kuesioner

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

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 224

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.⁴⁰

Teknik analisis data penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu bagian dari statistika yang mempelajari cara pengumpulan dan penyajian data, sehingga dapat mudah dipahami dan analisis beda menggunakan uji-t dua sampel berpasangan, yaitu untuk menghasilkan perbandingan antara dua sampel. 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*.

⁴⁰ 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	116	44%
Perempuan	148	56%
Total	264	100%

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa jenis kelamin laki-laki terdapat 116 orang atau sebesar 44%. Sedangkan jenis kelamin perempuan terdapat 148 orang atau sebesar 56%. Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan

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	100	54%
22 Tahun	84	24%
23 Tahun	80	22%
Total	264	100%

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa usia mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu yang berusia 21 tahun sebanyak 100 orang atau sebesar 54%, yang berusia 22 tahun sebanyak 84 orang atau sebesar 24%, dan yang berusia 23 tahun sebanyak 80 orang atau sebesar 22%. Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu yang menjadi responden terbanyak adalah yang berusia 21 tahun.

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti, maka diperoleh data tanggapan responden yang

diolah secara kuantitatif untuk mengetahui perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan 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 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	0	0	35	26	71

	halal dengan memperhatikan tempat penjualan produk					
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.

Tabel 4.4
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.

Tabel 4.5

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.

C. Pembahasan

Berdasarkan tabel 4.3, 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 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 kedaluwarsa produk pada kemasan menunjukkan hasil 100 mahasiswa menjawab sangat setuju, 28 mahasiswa menjawab setuju, 3 mahasiswa menjawab netral, dan 1 mahasiswa menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan mahasiswa 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

Dan berdasarkan tabel 4.4 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.

Dengan demikian 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 4.3 dan 4.4. 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:

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

Keterangan:

D: Selisih nilai kelompok 1 dan kelompok 2

n: Jumlah item

Berdasarkan tabel 4.5 diperoleh:

n: 6

D: 35

D²: 703

Berikut perhitungan nilai t dengan menggunakan analisis beda:

$$\begin{aligned} t_{hit} &= \frac{\sum D}{\sqrt{\frac{n \cdot \sum D^2 - (\sum D)^2}{n-1}}} \\ &= \frac{35}{\sqrt{\frac{(6 \cdot 703) - (35)^2}{6-1}}} \\ &= \frac{35}{\sqrt{\frac{4.218 - 1.225}{5}}} \\ &= \frac{35}{\sqrt{\frac{2.993}{5}}} \\ &= \frac{35}{24,5} \\ &= 1,42 \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan uji t di atas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,42. Selanjutnya nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu sebesar 2,01. Kriteria dalam analisis beda apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ 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.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil tanggapan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bengkulu 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. Keduanya memiliki perhatian yang sangat tinggi terhadap adanya label halal MUI pada kemasan. Meskipun diketahui bahwa edukasi tentang produk dan label halal lebih cenderung dilakukan di perguruan tinggi Islam, namun mahasiswa dari perguruan tinggi umum juga memiliki perhatian yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan produk halal ini menjadi asas yang penting bagi siapapun tanpa melihat perguruan tinggi Islam ataupun umum.

B. Saran

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

1. Sebagai umat beragama Islam, sangat diwajibkan untuk memperhatikan produk sebelum dikonsumsi agar terhindar dari mengonsumsi produk haram. Produk halal di pasaran dapat dilihat dari label halal MUI dan masa kadaluarsa yang berada pada kemasan produk tersebut. Selain itu hendaknya juga memperhatikan komposisi pada produk, tempat penyimpanan dan tempat penjualan produk.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan meneliti dengan jumlah populasi dan sampel yang diperluas. diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan produk halal dan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data sehingga dapat dilaksanakan dengan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

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

Al-Ghazali. *Etika Islam Bimbingan Awal Menuju Hidayah Ilahi*.
Bandung (ID) : Pustaka Setia. 2017

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

L

A

M

P

I

R

A

N



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

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

SURAT PENUNJUKAN

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

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

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

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

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

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

Keterangan : JURNAL ILMIAH

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



Tembusan :

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



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pager 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 : Annisah Monica Juliyanti/1711130130/Ekonomi Syariah
Penulis ke : 1/2/3
Nama Jurnal : Journal of Islamic Economic and Philanthropy
Status Jurnal : Belum Terakreditasi
Peringkat Jurnal : -
Judul TA/Skripsi : Perbandingan Perilaku Konsumsi Produk Halal pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan 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	
2.	Senin/8 Februari 2021	Kuesioner Penelitian	Membuat kisi-kisi kuesioner penelitian dan lakukan penelitian.	
3.	Selasa/20 April 2021	Hasil Penelitian	Tambahkan pada pembahasan dan lanjutkan ke pembimbing I	

Bengkulu, 22 Juli 2021
Pembimbing II

Herlina Yustati, MA., EK
NIP.198505222019032004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Ratu Fatmahanik Pager Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN JURNAL

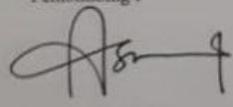
Nama/NIM/Prodi : Annisah Monica Juliyanti/1711130130/Ekonomi Syariah
Penulis ke : 1/2/3
Nama Jurnal : Journal of Islamic Economic and Philanthropy
Status Jurnal : Belum Terakreditasi
Peringkat Jurnal : -
Judul TA/Skripsi : Perbandingan Perilaku Konsumsi Produk Halal pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu dan 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.	
2.	Rabu/13 Januari 2021	Pendahuluan	Mencari data empiris terkait dengan penelitian, teknik pengumpulan data yang representatif.	
3.	Rabu/20 Januari 2021	Literatur review	Minimal memiliki 30 penelitian terdahulu.	
4.	Jumat/21 Mei 2021	Pembahasan	Rumusan masalah, data,	

			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 I



Dr. Asnaini, MA
NIP.197304121998032000

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
		<i>Perbaiki</i>	

Bengkulu,
Penguji/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.ianbengkulu.ac.id

LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama Mahasiswa :
NIM :
Judul Skripsi :

NO	Tanggal	Masalah	Saran
		<i>Logam - Pembeli</i>	

Bengkulu,
Penguji I/II

.....
NIP

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



Azdri Rofiqo, S.E.I., M.E.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

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

HALAMAN PERSETUJUAN

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

Nama/NIM/Prodi : Annisah Monica Julyanti/1711130130/Ekonomi
Syariah
Penulis ke : 1/2/3 (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

Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032000

Pembimbing II

Herlina Yustati, MA., Ek
NIP. 198505222019032004

Tabulasi Data Produk Halal PTKIN (FEBI IAIN BENGKULU)

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

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

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

Tabulasi Data Produk Halal PTN (FEB UNIB)

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

No. Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Total
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

No. Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Total
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	

PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK HALAL PADA MAHASISWA DI KOTA BENGKULU

Annisah Monica Juliyanti¹, Rheesty Ilahyana², Zul Fikri³,
Asnaini², Herlina Yustati²

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

Abstract

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

Keyword: Halal Product, Consumer Behavior, College Student.

PENDAHULUAN

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

METODE PENELITIAN

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

⁶ Dwiyati Astogini, Wahyudin, Siti Zulukha 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 memudahkannya dengan memakan makanan yang jelek, syaitan juga mengajak manusia untuk menghalalkan apa yang telah diharamkan Allah. Jika seseorang sudah mengikuti langkah-langkah syaitan, bukankah orang ini telah terganggu tauhidnya.¹²

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

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

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

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

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

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

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

2. Teori Perilaku Konsumsi dalam Islam

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

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

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

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

Allah SWT berfirman dalam Al- Qur'an:

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

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

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

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

1) Prinsip Keadilan

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

2) Prinsip Kebersihan

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

3) Prinsip Kesederhanaan

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

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

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

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

4) Prinsip Kemurahan Hati

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

5) Prinsip Moralitas

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

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

HASIL DAN ANALISA

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

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

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

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

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

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

Sumber: Data diolah, 2021.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Sumber: Data diolah, 2021.

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

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

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

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

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

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

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

Rumus:

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

Keterangan:

D: Selisih nilai kelompok 1 dan kelompok 2

n: Jumlah item

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

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

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

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

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan tabel diperoleh:

n: 6

D: 35

D²: 703

Berikut perhitungan nilai t dengan menggunakan analisis beda:

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

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

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

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

KESIMPULAN

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

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

