

STUDENT AWARENESS OF HALAL CERTIFICATION, HALAL AWARENESS, FOOD COMPOSITION AND INTEREST IN BUYING HALAL PRODUCTS AMONG STUDENTS AT HULU LANGAT COMMUNITY COLLEGE, KAJANG SELANGOR

Nornazlina Binti Mohd Nor¹, Zulkurnain Bin Hassan²

¹Kolej Komuniti Hulu Langat, 43000 Kajang Selangor, Malaysia.

²Jabatan Kejuruteraan Elektrik, Politeknik Port Dickson, 71050 Negeri Sembilan, Malaysia.

ABSTRACT – "Halal" is an Arabic term which means permissible or lawful in Islam. Research on consumer attitudes regarding the marketing of halal products has become very important. Muslim consumers should not only be concerned with health and quality products but also comply with the requirements of Shari'ah (Islamic Law). Therefore, a study was conducted to survey the level of awareness of halal certification, halal awareness, food composition, and interest in buying halal products among students at Hulu Langat Community College, Kajang (KKHL), Selangor, Malaysia. A set of questionnaires was constructed to collect research data. The questionnaire contained 40 items and was distributed to all full-time KKHL students. This study uses two types of statistics, namely descriptive statistics and inferential statistics. According to descriptive analysis, students' awareness of halal certification is moderate (mean = 4.13), halal awareness is moderate (mean = 3.95), and food composition is high (mean = 3.73). In terms of students' interest in buying, it is also high (mean = 3.99). The results also found that all variables have a positive and significant relationship with the interest in buying halal products among KKHL students. The entire study shows that KKHL students have a moderate level of interest in buying halal products. Some efforts still need to be made to instill awareness of the importance of halal products among KKHL students.

ARTICLE HISTORY

Received: 01st June 2022

Revised: 26th Oct. 2022

Accepted: 14th Nov. 2022

KEYWORDS

Halal certificate,
Halal awareness,
Halal logo,
Food composition,
Interest in buying.

KESEDARAN PELAJAR TERHADAP PENSIJILAN HALAL, KESEDARAN HALAL, KOMPOSISI MAKANAN DAN MINAT MEMBELI PRODUK HALAL DALAM KALANGAN PELAJAR KOLEJ KOMUNITI HULU LANGAT, KAJANG SELANGOR

ABSTRAK - Halal bermaksud dibenarkan atau sah sesuatu produk itu digunakan. Penyelidikan ke atas sikap pengguna mengenai pemasaran produk halal telah menjadi satu penyelidikan yang sangat penting. Bagi pengguna Muslim mereka sepatutnya bukan hanya mementingkan produk yang sihat dan berkualiti tetapi juga mematuhi keperluan syarak. Oleh itu satu kajian telah dijalankan untuk meninjau tahap kesedaran terhadap pensijilan halal, kesedaran halal, komposisi makanan dan minat membeli produk halal dalam kalangan pelajar Kolej Komuniti Hulu Langat, Kajang (KKHL), Selangor, Malaysia. Satu set soal selidik telah dibina untuk mengumpul data kajian. Soal selidik tersebut mengandungi 40 item dan diedarkan kepada semua pelajar sepenuh masa KKHL. Kajian ini menggunakan dua jenis statistik iaitu statistik deskriptif dan statistik inferens. Analisa deskriptif menunjukkan indeks tahap kesedaran pensijilan halal dalam kalangan pelajar adalah sederhana (min = 4.13), kesedaran halal sederhana (min = 3.95) sementara komposisi makanan tinggi (Min= 3.73). Dari segi minat membeli pelajar juga adalah tinggi (min = 3.99). Hasil dapatan juga mendapati bahawa semua pembolehubah mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan minat membeli produk halal dalam kalangan pelajar KKHL. Keseluruhan kajian menunjukkan pelajar KKHL mempunyai kecenderungan minat membeli produk halal adalah pada tahap yang sederhana. Beberapa usaha masih perlu dilakukan bagi menanam kesedaran kepentingan produk halal dalam kalangan pelajar KKHL.

KATA KUNCI

Persijilan Halal,
Kesedaran Halal,
Logo Halal,
Komposisi Makanan,
Minat Membeli.

PENGENALAN

Apabila menyentuh tentang konsep makanan halal ia bukan hanya berkisar tentang makanan itu dari sumber yang halal tetapi ia juga mencakupi kaedah mendapatkan rezeki dari punca halal, pembelian makanan yang halal dan memakan serta meminum benda yang halal dari sumber halal dan kaedah penyediaan yang halal. Garis panduan halal dan haram mengenai pengambilan makanan dan minuman jelas di dalam Islam kerana ia adalah sebahagian daripada tuntutan ibadah.

Firman Allah SWT “Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah dari benda-benda yang baik (yang halal) yang telah Kami berikan kepada kamu, dan bersyukurlah kepada Allah, jika betul kamu hanya beribadat kepadanya” (Surah al-Baqarah. Ayat 172).

“Dan makanlah dari rezeki yang telah diberikan Allah kepada kamu, iaitu yang halal lagi baik dan bertakwalah kepada Allah yang kepadanya sahaja kamu beriman.”(Surah al-Maaidah. Ayat 088).

Berdasarkan ayat al-Quran dan hadis Nabi SAW, jelas menunjukkan penghujahan yang amat kuat bahawa Islam sangat mengambil berat tentang halal dan haram, kerana semua yang halal itu akan mendatangkan manfaat dan kebaikan, sedangkan perkara haram akan mendatangkan kemudaratan kepada manusia itu sendiri. Menurut pandangan Imam al-Ghazali dalam kitab *Ihya' Ulumuddin* yang menegaskan bahawa setiap orang Islam perlu mengutamakan sesuatu yang halal, menghindari sesuatu yang haram dan menjauhi setiap yang syubhat.

Halal adalah berasal daripada kalimah Arab yang bermaksud dibolehkan atau dibenarkan. Dari segi istilah, halal bermaksud sesuatu yang dibolehkan menurut hukum syarak, tidak dikira berdosa bagi yang mengerjakannya dan tidak dikenakan hukuman. Menurut Abdul Hayei (2008) [1], halal diambil daripada perkataan *al-Hillu* yang bermaksud rombak, yang bertentangan dengan perkataan *al-Aqdu*, ertinya simpul. Bertentangan dengan konsep halal adalah haram yang bererti tidak dibenarkan atau tidak dibolehkan menurut hukum syarak. Kamus Dewan Edisi Keempat (2007) [2] mendefinisikan haram sebagai “hukum tegahan dalam Islam yang dijanjikan ganjaran pahala bagi orang yang mematuhi dan dosa bagi orang yang mengingkarinya.

Konsep halal dari sudut Syariah perlu difahami dengan menyeluruh kerana halal bukan sekadar bermaksud produk boleh dimakan dari segi hukum syarak tetapi juga meliputi maksud ‘baik’ (*thoyyib*) bererti bersih, suci, selamat dan berkualiti. Penghasilan sesuatu produk adalah merangkumi proses-proses tertentu bermula daripada peringkat pemilihan sumber dan penyediaan bahan, proses pengilangan, pengeluaran, penyimpanan, pemindahan, pengedaran sehingga produk tersebut dipasarkan kepada pengguna. (Alias Bin Azhar, 2017) [3].

Antara faktor yang menentukan status halal dan haram sesuatu produk adalah sifat semulajadinya dan kaedah pemrosesannya. Sesuatu makanan yang halal boleh juga menjadi haram contohnya binatang halal yang tidak disembelih mengikut syariah Islam, makanan yang dicuri atau yang boleh merosakkan mental dan menyebabkan khayal seperti alkohol dan dadah (Australia Federation of Islamis Council, 2006) [4].

Menurut Riaz (2004) [5] Secara amnya beberapa panduan boleh dijadikan ukuran halal atau tidak sesuatu produk iaitu kesemua bahan mentah yang digunakan mestilah halal dan binatang yang dibenarkan untuk dimakan mestilah disembelih dengan cara Islam. Menurut Nor Azura Adzharuddin (2018) [6] Pemilihan makanan halal merupakan sesuatu yang penting dalam hidup Muslim. Selain menjadi tuntutan agama, pemakanan yang baik dan halal berupaya membentuk peribadi yang baik lagi disegani.

Bagi memastikan makanan halal dalam negara benar-benar terjamin, maka kerajaan Malaysia telah mengubal undang-undang, enakmen atau akta berkaitan halal, antaranya ialah Akta Perihal Perdagangan 2011, Akta Makanan 1983, Enakmen Kesalahan Jenayah Syariah 1995 dan lain-lain. Semua ini bertujuan untuk mengawal dan memberikan kesedaran kepada umat Islam, masyarakat dan juga para peniaga serta pengguna supaya memilih makanan halal, tidak menyalahguna sijil dan logo halal untuk semata-mata mencari keuntungan duniawi.

Prinsip halal dalam industri makanan bukan sahaja memastikan bahan dalam setiap produk itu terhindar daripada bahan haram atau terlarang, bahkan perlu suci lagi bersih sesuai dengan prinsip halalan toyyiban. Konsep halalan toyyiban yang ditekankan dalam pensijilan halal bermaksud setiap syarikat perlu mengamalkan Amalan Pengilangan Terbaik (GMP) iaitu soal kebersihan semasa pemrosesan produk dilakukan. Sebelum ini heboh dalam media tentang penarikan sijil halal Secret Recipe. Menurut Pengarah Bahagian Hab Halal, JAKIM, Hakimah Mohd Yusoff, penarikan Sijil Pengesahan Halal Malaysia bagi Secret Recipe Manufacturing Sdn. Bhd. bukanlah disebabkan kesalahan penggunaan bahan haram dalam pemrosesan produk tetapi kerana melanggar Manual Prosedur Pensijilan Halal Malaysia yang melibatkan kesalahan-kesalahan kebersihan dan *Good Manufacturing Practice* (GMP) (Yaqin Bakharudin, 2020) [7].

Di Malaysia, pensijilan halal bermaksud Sijil Pengesahan Halal (SPH) yang dikeluarkan oleh badan-badan yang berautoriti seperti JAKIM dan JAIN yang merupakan badan tunggal pensijilan halal Malaysia yang diiktiraf oleh kerajaan (Ahmad Hidayat Buang, 2012) [8] Dengan adanya sijil dan logo halal yang dikeluarkan JAKIM, makanan atau minuman yang dijual di premis makanan tersebut dapat dijamin akan kehalalannya dan seterusnya membantu pengguna memilih makanan yang halal yang menjadi tuntutan agama.

Latar Belakang Masalah

Dalam situasi pembangunan makanan global, pasaran Halal semakin mendapat perhatian dan menjadi antara faktor utama di ambil kira. Pasaran Halal bukan sahaja menjadi pilihan penduduk negara Islam, bahkan juga orang-orang bukan Islam yang terdiri daripada pelbagai latar belakang, fahaman,etnik dan penggunaan yang hanya memakan makanan semulajadi dan organik (Wan Hassan, 2007) [9]. Dengan populasi seramai lebih kurang 25 peratus daripada penduduk dunia yang merupakan penduduk beragama Islam, desakan untuk mendapatkan bekalan makanan yang bukan sahaja selamat dan sedap tetapi juga halal dan tidak melanggar hukum syarak semakin meningkat (Kamarul Aznam, 2006) [10].

Pernyataan Masalah

Kehidupan umat Islam pada masa kini adalah sangat mencabar kerana terdapat banyak perkara yang perlu dipandang serius oleh masyarakat Islam khususnya berkaitan aspek halal terhadap produk makanan dan logo halal (Mohamad Noor,

N. N., & Mohamed Elias, E. (2017) [10]. Sikap tidak kisah pengguna Muslim terutama golongan remaja yang mengunjungi premis-premis yang jelas tiada logo halal dan tidak pernah diiktiraf oleh pihak JAKIM amatlah membimbangkan (Abdul Kadir Mohd Ayub, 2012) [11]. Mereka berpendapat sekiranya terdapat logo halal pada bungkusan produk makanan dan minuman, mereka menerimanya walaupun ia sebenarnya logo palsu yang tidak diiktiraf oleh JAKIM.

Isu berkaitan dengan penggunaan logo halal palsu juga sentiasa menjadi topik di dalam akhbar. Ini adalah disebabkan terdapat banyak penggunaan logo halal yang tidak dibenarkan di Malaysia, di mana para pengeluar produk makanan mengambil kesempatan untuk menipu bagi menarik pelanggan membeli produk makanan mereka (Nurdeng Deuraseh, 2013) [12].

Pelajar KKHL adalah rata-rata masih remaja dan mereka adalah golongan yang banyak membeli produk makanan dari premis luar. Mereka juga mudah terpengaruh dengan iklan, pelawaan rakan sebaya dan keadaan persekitaran. Dalam satu laporan yang dikeluarkan oleh Berita Harian (2012), didapati sikap segelintir pengguna yang tidak mengendahkan sama ada makanan yang dibeli dan dimakan selama ini benar-benar halal atau sebaliknya. Sikap mengambil mudah aspek halalannya oleh pengguna Muslim boleh menjejaskan aspek spiritual dan fizikal. Pengambilan makanan syubhah dan haram akan memberi kesan besar terhadap pembangunan kerohanian, di samping menjejaskan pembentukan akhlak. Oleh itu, adalah wajib bagi seseorang Muslim memakan makanan yang baik dan menyihatkan serta mengelak semua yang dilarang seperti yang diperintahkan oleh ALLAH SWT. Justeru itu, kajian ini dijalankan adalah untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi pelajar KKHL dalam pembelian produk halal. Antara faktor yang dikaji adalah kecenderungan dalam membeli produk berdasarkan faktor kesedaran, sikap dan persekitaran.

Objektif Kajian

- i. Mengenal pasti tahap kecenderungan pelajar-pelajar KKHL membeli produk makanan halal.
- ii. Melihat faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan pelajar KKHL untuk membeli produk makanan halal.
- iii. Mengenalpasti sama ada terdapat hubungan yang signifikan antara faktor pengaruh logo halal, kesedaran halal dan pengaruh bahan makanan dengan kecenderungan pelajar KKHL membeli produk makanan halal.

Persoalan Kajian

- i. Bagaimanakah pasti tahap kecenderungan pelajar-pelajar KKHL membeli produk makanan halal?
- ii. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan pelajar KKHL untuk membeli produk makanan halal?
- iii. Adakah terdapat hubungan yang signifikan antara faktor pengaruh logo halal, kesedaran halal dan pengaruh bahan makanan dengan kecenderungan pelajar KKHL membeli produk makanan halal?

Hipotesis kajian

Hipotesis yang dibentuk untuk mencapai objektif kajian adalah seperti berikut:

Hipotesis nol 1: *Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara faktor pengaruh logo halal dengan kecenderungan pelajar KKHL membeli produk makanan halal.*

Hipotesis nol 2: *Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara faktor kesedaran halal dengan kecenderungan pelajar KKHL membeli produk makanan halal.*

Hipotesis nol 3: *Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara faktor pengaruh bahan makanan dengan kecenderungan pelajar KKHL membeli produk makanan halal.*

TINJAUAN LITERATUR

Persijilan Halal

Persijilan halal di Malaysia adalah bertujuan untuk memberi keyakinan kepada pengguna terutama pengguna Islam mengenai status sesuatu produk sama ada halal atau tidak. Ia berdasarkan kepada hukum syarak dimana ia mampu untuk meningkatkan keyakinan pengguna terhadap sesuatu produk. Disamping mengukuhkan keyakinan pelanggan terhadap perkhidmatan yang disediakan oleh syarikat kepada pelanggan, pensijilan logo Halal juga akan meningkatkan niat membeli pelanggan (Zakaria, et al 2015) [13]. Di Malaysia Badan utama pensijilan halal adalah JAKIM dan Jabatan Agama Islam Negeri (JAIN). Sijil halal juga dikeluarkan oleh badan-badan bukan kerajaan yang bergabung di bawah pertubuhan antarabangsa *World Halal Council (WHC)* seperti IFANCA USA, IFANCA Canada, *Japan Muslim Association (JMA)*, *Islamic Food Research Centre Asia IFRC (Asia) Hong Kong dan Kuala Lumpur*. Badan-badan ini bergabung di bawah pertubuhan antarabangsa *World Halal Council (WHC)* (Ahmad Hidayat Buang, 2012).

Kesedaran Halal (Halal Awareness)

Kesedaran merupakan kemampuan untuk memahami, merasakan dan menjadi sedar akan suatu peristiwa atau objek. Kesedaran adalah konsep tentang menggambarkan pemahaman dan persepsi tentang peristiwa atau subjek (Aziz & Vui, 2013) [14]. Kesedaran halal adalah pemahaman seseorang muslim berkaitan konsep halal-haram serta proses bagaimana sesuatu produk dibuat, adakah bersesuaian dengan standard yang dikeluarkan oleh JAKIM. Menurut Ahmad, Abaidah, dan Yahya (2013)[15] kesedaran halal diketahui berdasarkan pengertian seorang Muslim tentang apa itu halal,

mengetahui proses penyembelihan yang benar, dan mengutamakan makanan halal untuk pengambilan Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahawa kesedaran halal adalah suatu pengetahuan muslim tentang konsep halal, proses halal dan menganggap bahawa pengambilan makanan halal merupakan hal yang penting.

Komposisi Makanan (Food Ingredients)

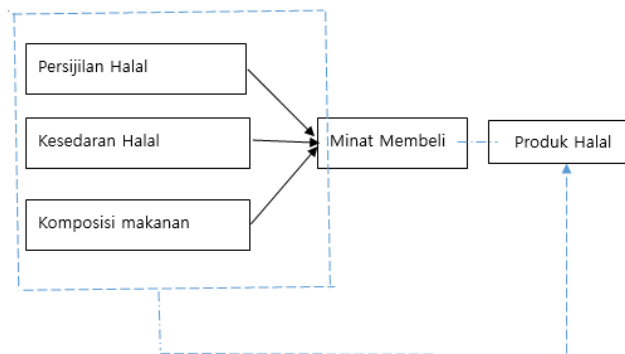
Komposisi makanan adalah kandungan bahan-bahan dalam sesuatu produk yang menentukan bahawa produk tersebut halal atau tidak. Ia boleh dilihat pada label sesuatu produk. Label akan memberikan maklumat tambahan kepada pengguna bagi memilih dan menilai kandungan komposisi sesuatu produk. Peranan pengetahuan, maklumat produk dan hukum halal haram sangat penting bagi umat Islam dalam memilih makanan yang akan di makan (Yunus et al., 2014) [16]. Dari perspektif Islam, komposisi makanan mencakupi isu-isu seperti pemahaman pengguna terhadap bahan komposisi sesuatu makanan dan keselamatan sesuatu bahan makanan. Oleh itu pengetahuan tentang komposisi sesuatu produk perlu dijadikan sesuatu yang penting semasa memilih produk terutama makanan.

Minat membeli (Purchase Intention)

Minat Beli (*Purchase Intention*) diukur melalui tingkat kemungkinan pelanggan melakukan pembelian (Assael, 2001) [4]. Ia juga bermaksud kecenderungan pelanggan untuk membeli atau mengambil tindakan untuk membeli sesuatu produk yang diukur samaada ingin membeli atau tidak membeli, akan membeli atau tidak akan membeli dan akan melakukan pembelian berulang atau tidak. Minat membeli adalah kecenderungan pengguna membeli suatu produk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian dimana ia boleh diukur melalui tingkat kemungkinan pembeli melakukan pembelian. Minat membeli juga merupakan sesuatu yang berhubungan dengan perancangan pengguna untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang diperlukan dalam tempoh-tempoh tertentu. (Durianto dan Liana, 2004:44)[17]

KAEDAH DAN BAHAN KAJIAN

Kerangka Kajian



Rajah 1. Kerangka Kajian.

Skop Kajian

Borang soal selidik yang digunakan dalam kajian ini adalah diubahsuai daripada borang soal selidik dari kajian pengarah sertifikasi halal, kesedaran halal dan bahan makanan terhadap minat beli produk makanan halal oleh Danang Waskito (2015) [18]. Borang soal selidik dibahagikan kepada empat bahagian iaitu A (Demografi), B(Persijilan Halal), C (Kesedaran Halal), D(Komposisi Makanan) dan E (Minat membeli Pengguna). Kertas soal selidik yang digunakan mengandungi beberapa bahagian seperti berikut:

Jadual 1. Taburan Item Dalam Borang Soal Selidik Kajian.

Bahagian	Pemboleh ubah kajian yang ingin dikenal pasti	No Item	Jumlah Item
A	Demografi (Maklumat Diri)	6	1-6
B	Persijilan Halal	17	1-17
C	Kesedaran Halal	7	18-24
D	Komposisi Makanan	8	25-32
E	Minat Membeli	8	33-40
Jumlah Soalan			40

Dalam kajian ini kecenderungan dan tahap kesedaran pelajar terhadap pensijilan halal, kesedaran halal, komposisi makanan dan minat membeli produk halal akan dikenal pasti untuk melihat sejauh manakah tahap faktor tersebut sama ada ia kuat, sederhana atau lemah. Soal selidik diedarkan kepada pelajar dan kemudian diminta untuk mengembalikan soal selidik kepada penyelidik. Penyelidik memfokuskan kajian kepada pelajar Kolej Komuniti Hulu Langat, Selangor iaitu pelajar sepenuh masa.

Data dan Analisis

Data-data dianalisis dengan menggunakan perisian *Statistical Package For Sosial Science (SPSS) versi 21.0*. Bagi menganalisis bahagian demografi, statistik deskriptif digunakan dan diterangkan menggunakan kaedah peratusan. Setiap ciri-ciri responden dinyatakan dalam bentuk peratus. Peratusan yang tertinggi menunjukkan bilangan responden yang paling ramai. Jadual digunakan bagi menyenaraikan nilai kekerapan jawapan pilihan responden dan ujian pre-test dijalankan menggunakan 15 responden yang dipilih secara rawak agar memastikan soalan-soalan dapat ditafsirkan, jelas dan mudah difahami dan ia menghasilkan alfa crombart 0.908. Bagi menguji persoalan kajian yang pertama, statistik deskriptif iaitu analisis skor min digunakan untuk menentukan kecenderungan responden secara purata. Nilai min yang diperolehi daripada responden digunakan sebagai ukuran samada responden berada di tahap kecenderungan yang tinggi, sederhana ataupun rendah. Ukuran tahap kecenderungan ini dipetik daripada Lendell, K. (1997) [19]. Ia dinyatakan di dalam Jadual 2.

Jadual 2. Tahap Penentuan Tahap.

SKOR MIN	TAFSIRAN	UKURAN TAHAP
1.00 – 2.39	Tidak setuju / Tidak memuaskan	Rendah/Lemah
2.40 – 3.79	Kurang setuju / Sederhana	Sederhana
3.80 – 5.00	Setuju / Baik	Tinggi/kuat

Sumber: Lendell, K. (1997).

Perkaitan antara faktor ditinjau menggunakan pekali korelasi Pearson-R. Tafsiran nilai pekali korelasi „r“ adalah seperti berikut:

Jadual 3. Jadual Klasifikasi Kekuatan Korelasi.

NILAI INDEKS KORELASI	INTERPRETASI
0.0 hingga 0.2	Sangat Lemah
0.2 hingga 0.4	Lemah, rendah
0.4 hingga 0.6	Sederhana
0.6 hingga 0.8	Tinggi, Kuat
0.8 hingga 1.0	Sangat Tinggi, Sangat Kuat

(Rowtree, 1981 dalam Mohd Najib, 2003 dan Azizi et.al, 2007)

HASIL DAN KEPUTUSAN

Sebanyak 170 borang soal selidik telah diedarkan kepada responden. 160 responden telah mengisi dan memulangkan kembali borang soal selidik.

Analisis Demografi

Jadual 4. Ciri-ciri Demografi Responden.

CIRI-CIRI DEMOGRAFI	FREKUENSI	PERATUS (%)
<u>Jantina</u>		
Lelaki	119	74.4
Perempuan	41	25.6
<u>Umur</u>		
18- 20 tahun	152	95
21 – 25 tahun	7	4.38
25 – 30 tahun	1	0.625
>30 tahun	0	0
<u>Semester Pengajian</u>		
Semester 1	64	40
Semester 2	43	26.88
Semester 3	33	20.63
Semester 4	20	12.5
<u>Dari manakah anda pertama kali mengetahui persijilan halal dalam makanan</u>		
Buku/Majalah/Akbar	30	18.75
Intenet	37	23.13
TV/Radio	18	11.25
Ibu bapa dan keluarga	70	43.75
Rakan-rakan	5	3.13

Analisis Deskriptif Tahap Kecenderungan Membeli Produk Halal

Persoalan Kajian

Persoalan Kajian 1: Bagaimanakah tahap kecenderungan pelajar-pelajar KKHL membeli produk makanan halal

Jadual 5. Tahap Kecenderungan membeli produk halal.

FAKTOR	TAHAP RENDAH (1.00-2.33)	TAHAP SEDERHANA (2.34 – 3.66)	TAHAP TINGGI (3.67 – 5.00)	MIN	SISIHAN PIAWAI	UKURAN TAHAP
1. Pensijilan Halal		10 (6.67%)	140 (93.33%)	4.13	0.401	Tinggi
2. Kesedaran Halal		4 (2.67%)	146 (97.63%)	3.95	0.479	Tinggi
3. Komposisi Makanan		5 (3.33%)	145 (96.67%)	3.73	0.455	Tinggi
4. Minat Membeli Pengguna			150 (100%)	4.00	0.443	Tinggi
KECENDERUNGAN			50 (100%)	4.35	0.382	Tinggi

Jadual 5 menunjukkan tahap faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan pelajar KKHL untuk membeli produk makanan halal apabila dikumpulkan kepada empat faktor iaitu faktor persijilan halal, kesedaran halal, komposisi makanan dan minat membeli. Keempat-empat faktor tersebut mencakupi 40 soalan dari soalan soal selidik.

Faktor minat membeli sesuatu produk adalah paling tinggi dengan skor min sebanyak 4.00. Skor min kedua tertinggi (4.13) adalah persijilan halal, sementara skor tahap kesedaran halal adalah ketiga tertinggi dengan min purata 3.95. Skor min yang paling rendah adalah komposisi makanan dengan skor min 3.73. Keseluruhan faktor menunjukkan nilai min pada tahap tinggi melebihi 3.66.

Analisis Deskriptif Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Kecenderungan Membeli Produk Halal

Persoalan Kajian 2: Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan pelajar KKHL untuk membeli produk makanan halal?

Jadual 6. Pengaruh Persijilan Halal terhadap Minat Beli.

ITEM	PERNYATAAN	MIN	SISIHAN PIAWAI	TAFSIRAN
PENSIJILAN HALAL				
1.	Logo halal pada bungkusan produk makanan adalah hal yang penting	4.80	0.4013	Tinggi
2.	Logo halal menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk makanan	4.65	0.4796	Tinggi
3.	Saya akan memilih produk berdasarkan ada atau tidaknya logo halal	4.23	0.9206	Tinggi
4.	Saya akan berhati-hati ketika memilih produk dengan logo halal	4.48	0.6127	Tinggi
5.	Saya akan tetap membeli produk dari negara lain yang berlogo halal	3.75	0.7321	Tinggi
6.	Saya mengetahui logo halal dari JAKIM	4.35	0.6868	Tinggi
7.	Saya boleh membezakan antara logo halal tulen daripada JAKIM dan logo halal yang tidak sah	3.97	0.9192	Tinggi
8.	Saya tahu bahawa terdapat beberapa produk mendapat pensijilan halal dari negara lain	3.69	0.8350	Tinggi
9.	Saya merasa selamat apabila menggunakan produk berlogo halal	4.52	0.5013	Tinggi
10.	Saya tetap akan membeli produk halal tanpa mempertimbangkan syarikat mana yang menghasilkannya	3.35	0.8758	Sederhana
11.	Saya tidak bimbang tentang institusi yang mengeluarkan logo halal	3.21	0.7327	Sederhana
12.	Saya lebih memilih produk makanan berlogo halal daripada produk yang tidak memiliki logo halal	4.53	0.6097	Tinggi
13.	Produk yang mengandungi logo halal tidak mengandungi kekotoran/najis	3.93	0.8830	Tinggi
14.	Produk mengandungi logo halal berkualiti	4.33	0.6292	Tinggi
15.	Saya tidak akan ragu-ragu untuk memakan makanan yang mengandungi logo halal	4.19	0.7113	Tinggi
16.	Produk yang mengandungi logo halal telah melalui proses ujian halal yang ketat	4.10	0.7396	Tinggi
17.	Produk berlogo halal telah lulus ujian halal JAKIM	4.24	0.6521	Tinggi
Keseluruhan		4.13	0.401	Tinggi

Dari analisa didapati kesemua item berada pada tahap tinggi kecuali item 10 dan 11 yang mencatatkan nilai tahap sederhana iaitu “*Saya tetap akan membeli produk halal tanpa mempertimbangkan syarikat mana yang menghasilkannya*” dan “*Saya tidak bimbang tentang institusi yang mengeluarkan logo halal*”. Keseluruhan min mencatatkan tahap tinggi (min=4.13) dengan min antara 3.21 hingga 4.80.

Jadual 7. Pengaruh Kesedaran Halal Terhadap Minat Membeli.

ITEM	PERNYATAAN	MIN	SISIHAN PIAWAI	TAFSIRAN
KESEDARAN HALAL				
18.	Sebelum membeli produk daging, saya akan menyemak proses penyembelihan haiwan tersebut	4.08	0.7554	Tinggi
19.	Saya hanya akan membeli produk makanan jika saya yakin dengan proses penyembelihan atau proses pengeluaran	4.20	0.6345	Tinggi
20.	Proses penyembelihan yang paling penting adalah mematuhi peraturan Islam	4.74	0.4402	Tinggi
21.	Saya paham apa itu halal	4.41	0.5579	Tinggi
22.	Halal bukan hanya soal menyembelih binatang	4.33	0.7506	Tinggi
23.	Saya tahu pengertian halalan toyyiban	3.86	0.9626	Tinggi
24.	Memakan makanan halal adalah hal yang penting bagi saya	4.58	0.5467	Tinggi
Keseluruhan		3.95	0.479	Tinggi

Dari analisa jadual pengaruh kesedaran halal terhadap minat membeli didapati keseluruhan pada tahap tinggi (min=3.95) dengan kesemua item berada pada tahap tinggi antara min 3.86 hingga 4.41

Jadual 8. Pengaruh Komposisi Makanan Terhadap Minat Membeli.

ITEM	PERNYATAAN	MIN	SISIHAN PIAWAI	TAFSIRAN
KOMPOSISI MAKANAN				
25.	Saya sentiasa menyedari komposisi atau ramuan yang digunakan untuk membuat sesuatu produk makanan	4.17	0.7087	Tinggi
26.	Maklumat mengenai bahan / kandungan dalam label makanan adalah sangat penting	4.56	0.4981	Tinggi
27.	Saya mengetahui bahawa sesetengah produk makanan ketagihan mengandungi bahan bukan halal	3.99	0.7700	Tinggi
28.	Saya tidak akan membeli makanan tidak dikenali atau mencurigakan kehalalannya	4.41	0.6674	Tinggi
29.	Saya rasakan bahawa penggunaan istilah yang mudah dipahami terhadap bahan-bahan yang terkandung dalam sesuatu produk mempengaruhi niat beli pengguna	4.19	0.7300	Tinggi
30.	Penggunaan istilah yang kompleks untuk menggambarkan bahan dalam sesuatu produk boleh mengelirukan pengguna	4.12	0.5899	Tinggi
31.	Bahan-bahan asing yang digunakan dalam sesuatu produk akan mencetuskan syak wasangka mengenai kehalal sesuatu produk	4.17	0.7181	Tinggi
32.	Bahan-bahan yang digunakan dalam suatu produk mencerminkan keselamatan dan kualiti produk	4.47	0.5640	Tinggi
Keseluruhan		3.73	0.455	Tinggi

Bagi item pengaruh komposisi makanan terhadap minat membeli didapati responden bersetuju pada tahap tinggi dengan kesemua item-item soal selidik dengan min keseluruhan 3.37.

Jadual 9. Minat membeli produk halal.

ITEM	PERNYATAAN	MIN	SISIHAN PIAWAI	TAFSIRAN
MINAT MEMBELI PENGGUNA				
33.	Memilih untuk membeli produk halal adalah idea yang baik	4.66	0.5288	Tinggi
34.	Rakan saya juga berfikir bahawa saya mesti memilih produk halal	4.55	0.6714	Tinggi
35.	Kebanyakan orang yang paling dekat dengan saya pilih produk halal	4.60	0.6450	Tinggi
36.	Keluarga saya lebih suka dengan produk halal	4.75	0.4907	Tinggi
37.	Saya akan membeli makanan halal	4.77	0.4200	Tinggi
38.	Saya akan mengesyorkan rakan saya untuk membeli makanan halal	4.78	0.4156	Tinggi
39.	Saya berminat membeli makanan halal	4.77	0.4201	Tinggi
40.	Saya akan mengesyorkan produk makanan halal kepada orang lain	4.67	0.4706	Tinggi
Keseluruhan		4.00	0.443	Tinggi

Merujuk kepada jadual 9 iaitu minat membeli produk halal didapati kesemua item berada pada tahap tinggi. Keseluruhan mencatatkan nilai min 4.00.

Analisis Deskriptif Keberkesanan Penggunaan

Persoalan Kajian 3: Adakah terdapat hubungan yang signifikan antara faktor persijilan halal, kesedaran halal dan komposisi makanan dengan kecenderungan pelajar KKHL membeli produk makanan halal?

Hipotesis nol 1: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara faktor persijilan halal, kesedaran halal dan komposisi makanan dengan kecenderungan pelajar KKHL membeli produk makanan halal

Jadual 10. Analisis hubungan korelasi antara faktor persijilan halal, kesedaran halal dan komposisi makanan dengan kecenderungan pelajar KKHL membeli produk makanan halal.

Kecenderungan membeli	Signifikan	Pearson,r	Keputusan
Persijilan halal	0.001	0.517	Terdapat hubungan yang signifikan Tahap sederhana Ditolak
Kesedaran halal	0.005	0.517	Terdapat hubungan yang signifikan Tahap sederhana Ditolak
Komposisi makanan	0.0001	0.532	Terdapat hubungan yang signifikan Tahap Sederhana Ditolak
Keseluruhan Faktor	0.001	0.765	Terdapat hubungan yang signifikan Tahap Tinggi, kuat

*Signifikan pada aras keertian 0.005

PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN

Dapatan kajian menunjukkan bahawa, daripada 160 responden yang menjawab soal selidik yang diedarkan, seramai 119 orang (74.4%) daripada responden adalah lelaki manakala 41 orang (25.6%) adalah perempuan. Oleh itu, responden terdiri daripada peratusan jantina yang tidak seimbang. Dari segi umur didapati hampir kesemua responden adalah berumur antara 18-20 tahun iaitu seramai 152 responden (95%). Daripada semua responden, peratusan tertinggi responden yang menjawab adalah pelajar baharu (semester 1) iaitu sebanyak 40% (64 orang). Manakala sebahagian yang lain terdiri daripada 26.88% (43 orang) pelajar semester 2, 20.63% (33 orang) pelajar semester 3 manakala 12.5% (20 orang) pula terdiri daripada pelajar semester 4. Dari jadual juga didapati kebanyakan pelajar mengetahui tentang persijilan halal makanan daripada ibu bapa dan keluarga. Ini menunjukkan bahawa ibu bapa pelajar telah mengajar mereka tentang halal semenjak dari kecil lagi.

Tahap Kecenderungan Pelajar Membeli Produk Makanan Halal

a) Pengaruh Persijilan Halal Terhadap Kecenderungan Membeli Produk Halal

Dari keputusan didapati logo halal menjadi sesuatu yang penting dinilai oleh pelajar sebelum membeli sesuatu produk makanan. Ini berdasarkan dari analisis didapati sebelum membeli pelajar akan memilih produk yang bertanda halal yang diyakini dikeluarkan oleh JAKIM. Dengan pembelian produk berlogo hasil membuatkan pelajar berasa selamat, produk tidak mengandungi kekotoran atau najis dan mereka tidak berasa ragu-ragu untuk memakan makanan tersebut. Pelajar

juga yakin bahawa logo halal yang dikeluarkan oleh JAKIM telah melalui proses ujian halal yang ketat dan hanya produk yang lulus sahaja akan diberikan logo halal.

b) Pengaruh Kesedaran Halal Terhadap Kecenderungan Membeli Produk Halal

Kesedaran halal yang dimiliki oleh pelajar KKHL sangat baik, hal ini merupakan bentuk keberhasilan pendidikan yang diterima. Dengan kesedaran ini pelajar akan menyemak proses penyembelihan haiwan jika membeli produk daging dan hanya membeli jika mereka yakin proses penyembelihan haiwan tersebut. Pelajar juga faham tentang halal, pengertian hahalal toyyiban dan tahu bahawa halal bukan hanya melibatkan soal penyembelihan. Hasil kajian ini bertepatan dengan kajian yang dilakukan oleh Yunus, Rashid, Ariffin, dan Rashid (2013) [16] yang menyatakan bahawa kesedaran halal seseorang mempengaruhi signifikan terhadap minat membeli terhadap suatu produk.

c) Pengaruh Komposisi Makanan Terhadap Kecenderungan Membeli Produk Halal

Bagi pengaruh komposisi makanan didapati pelajar bersetuju mengenai bahan /kandungan pada label makanan adalah penting dan sebarang bahan-bahan asing yang digunakan dalam sesuatu produk makanan akan menimbulkan syak mereka tentang status halal produk tersebut. Ini kerana mereka bersetuju yang bahan-bahan yang digunakan untuk menghasilkan sesuatu produk akan menggambarkan keselamatan dan kualiti produk tersebut. Penggunaan istilah yang mudah dan difahami akan mempengaruhi niat membeli pengguna dan penggunaan istilah yang kompleks akan mengelirukan pengguna.

d) Pengaruh minat membeli Terhadap Kecenderungan Membeli Produk Halal

Berdasarkan analisa didapati pelajar bersetuju bahawa membeli produk halal adalah idea yang baik kerana kebanyakan individu yang rapat dengan mereka juga memilih produk halal jika membeli sesuatu produk. Untuk kesemua item pelajar sangat bersetuju bahawa mereka akan berminat membeli jika sesuatu produk itu halal terutama produk makanan. Mereka juga sering mengesyorkan kepada rakan-rakan dan orang lain untuk membeli produk halal terutama yang melibatkan produk makanan.

Analisa Korelasi Antara Persijilan Halal, Kesedaran Halal Dan Komposisi Makanan Terhadap Minat Membeli

Hasil korelasi menunjukkan pembolehubah persijilan halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat membeli dengan koefisien 0.517. Ini bererti faktor pemberian label halal, keterangan halal, baik yang berupa kalimat, atau gambar menjadi penentu minat membeli pelajar.

Hasil uji korelasi menunjukkan pembolehubah kesedaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli dengan koefisien 0.517. Hal ini bererti pelajar memiliki pemahaman yang baik akan produk makanan yang halal dan yang tidak halal, dan selalu mempraktikkan pemahaman atau pengetahuan yang pelajar miliki.

Pembolehubah komposisi makanan didapati signifikan dengan minat membeli dengan korelasi 0.532. Ini bererti bahawa komposisi bahan yang terkandung dalam sesuatu produk memainkan peranan penting terhadap minat membeli. Koefisien yang sederhana tinggi 0.532 menunjukkan bahawa pembolehubah komposisi makanan berpengaruh positif terhadap minat beli. Ini adalah selari dengan teori Yunus, Rashid, Ariffin, dan Rashid (2014) [16] dalam penulisan "*Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer*". Kajian ini mendapati bahawa bahan makanan yang terdapat dalam produk mempengaruhi minat beli pengguna muslim pada produk halal.

Dari hasil pengujian korelasi keseluruhan menunjukkan nilai 0.765 dengan nilai signifikansi 0.0001 iaitu lebih kecil dari 0.005 ($p < 0.05$), maka ini bererti bahawa persijilan halal, kesedaran halal dan komposisi makanan secara keseluruhan berpengaruh terhadap minat membeli pelajar.

KESIMPULAN

Berdasarkan keputusan didapati pelajar KKHL amat menitikberatkan soal halal dalam memilih untuk membeli sesuatu produk. Mereka akan meneliti terlebih dahulu adakah terdapat logo halal dan apakah komposisi dalam sesuatu makanan. Ini adalah sesuatu yang amat baik kerana generasi muda masa kini sudah mempunyai kesedaran yang tinggi tentang pemilihan makanan halal. Pengguna terutama muslim haruslah peka dan tidak mengambil mudah terhadap kesucian sumber makanan yang dimakan kerana ia sangat berkait rapat dengan keberkatan yang menjadi darah daging seseorang muslim. Pengguna perlu cakna dan berhati-hati dalam memilih serta membeli makanan, barangan dan perkhidmatan, terutama jika tidak mempunyai sijil halal. Pelanggan perlu mendapatkan maklumat terus mengenai status halal dari premis restoran makanan, sekiranya mereka ragu-ragu status premis berkenaan. Malah, mereka perlu melaporkan kepada pihak berkuasa seperti kementerian berkaitan, Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) dan pertubuhan bukan kerajaan (NGO) seperti Persatuan Pengguna Islam Malaysia (PPIM) jika ada salah laku dalam premis perniagaan. Selain itu, pengguna muslim juga perlu mengunjungi premis dan mengambil makanan serta minuman yang mendapat pensijilan halal diiktiraf. Kini terdapat perisian aplikasi Verify Halal dibangunkan JAKIM melalui aplikasi yang dimuat turun ke dalam telefon pintar masing-masing yang memudahkan pengguna menyemak status halal sesuatu produk. Sesungguhnya, menggunakan makanan, barangan dan perkhidmatan halal adalah tanggungjawab semua umat Islam. Sikap cakna dan tindakan yang proaktif dalam kepenggunaan sudah tentu akan menjadi isyarat penting kepada peniaga mengenai kehendak pengguna Muslim.

Bagi produk makanan didapati pengguna lebih menilai komposisi makanan dan siapa pengeluarannya. Ini boleh digunakan oleh pengeluar makanan sebagai strategik mempromosikan produk mereka. Mereka perlu menonjolkan aspek komposisi makanan disamping logo Halal. Dengan logo halal akan menjadi pelengkap dalam mempromosi produk

makanan halal. Satu perkara yang harus diberi perhatian oleh Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna Malaysia dan JAKIM adalah mengeluarkan peraturan bagi melarang pengeluar bukan Islam menggunakan gambar atau produk yang berciri Islam seperti contohnya jenama cap masjid, cap songkok, cik Timah dan Produk Ahmad. Ia bukan sahaja diragui kesuciannya malah akan mengelirukan pengguna Islam.

PENGHARGAAN

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak Kolej Komuniti Hulu Langat kerana memberi kebenaran bagi menggunakan pelajar sebagai responden kajian.

RUJUKAN

- [1] K. Taylor, A. Post, T. B. Hoshizaki, and M. D. Gil[1] Abdul Hayei Abdul Syukur. (2008). Tafsir Pedoman Muttaqin. Jabatan Kemajuan Islam Malaysia
- [2] Kamus Dewan Edisi Keempat. (2007). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP).
- [3] Alias bin Azhar & Harlida Abdul Wahab. Pentakrifan halal menurut syara' dan perundangan di Malaysia: Satu tinjauan. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE)* Vol. 3: no. 5 (2017) page 17–27 | gbse.com.my | eISSN 24621714|
- [4] Australia Federation of Islamic Councils. 2006. Halal Concrpts <http://www.afic.com/cm>. Dicetak 28 September 2006
- [5] Riaz, M.N and Chaudry, M. M, 2004. Halal Food Production. Halal Production Requirements for Meat and Poultry. CRC Press. Boca Raton London New York Washington D.C
- [6] Adzharuddin, N. A., & Yusoff, S. Z. (2018). Faktor keagamaan dan sikap: perkaitan dengan pencarian maklumat produk makanan halal dalam kalangan keluarga Islam di Malaysia. *Journal of Contemporary Islamic Studies*, 4(1), 29-47.
- [7] Yaqin Bakharudin (2020). Irsyad Al-Fatwa Siri Ke- 441 : Produk Muslim Yang Tiada Status Halal, November 20, 2020, from <https://muftiwp.gov.my/artikel/irsyad-fatwa/irsyad-fatwa-umum/4272-irsyad-al-fatwa-siri-ke-441-produk-muslim-yang-tiada-status-halal>
- [8] Buang, A. H., & Mahmud, Z. (2012). Isu Dan Cabaran Badan Pensijilan Halal Di Malaysia: The Issues and Challenges of Halal Certification Bodies in Malaysia. *Jurnal Syariah*, 20(3), 271-288.
- [9] Wan Hassan, W. M. (2007). Globalising halal standards: issues and challenges', *The Halal Journal*.
- [10] Mohamad Noor, N. N., & Mohamed Elias, E. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi keyakinan pelajar muslim terhadap logo halal produk makanan antarabangsa.
- [11] Ayub, A. K. M. (2012). Remaja Melayu tidak sensitif isu halal. *Dewan Masyarakat*.
- [12] Deuraseh, N., Rahman, R. A., Mustafa, S., Bakar, J., & Hashim, D. M. (2013). Halalan thoyyiban perspektif malaysia.
- [13] Zakaria, Z., Salim, M. R., Ahmad, Z., Haini, F., Ahmad, M., & Kamaludin, M. A. (2015). Trust as a mediator in determining customers purchase intention of halal frozen food. *International Academic Research Journal of Social Science*, 1(2), 283-289.
- [14] Abdul Aziz, Y. & Vui, C. N. (2012). The role of Halal awareness and Halal certification in influencing non- Muslim's purchasing intention. Paper presented at 3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012) Proceeding, 1819-1830
- [15] Ahmad, N. A., Abaidah, T. N. T., & Yahya, M. H. A. (2013). A study on halal food awareness among Muslim customers in Klang. In 4th International conference on Business and Economic Research(pp. 1073–1087)
- [16] Yunus, N. S. N. M., Rashid, W. E. W., Ariffin, N. M., & Rashid, N. M. (2014). Muslim's purchase intention towards non-Muslim's Halal packaged food manufacturer. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130, 145-154.
- [17] Durianto, D. dan C. Liana. 2004. Analisa Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan Consumer Decision Model', *Jurnal Perusahaan*. 11(1):35-55
- [18] Danang Waskito (2015) pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal, bahan makanan terhadap minat beli produk makanan halal (studi pada mahasiswa muslim di yogyakarta).skripsi. Yogyakarta
- [19] Lendell,K. (1997). *Management By Menu*. London: Wiley and SMS Inc.