

Hubungan *Enabling Factor* dengan Konsumsi Halal Food pada Remaja Kalimantan Timur

Rahmad Nur Kholis^{1*}, Nida Amalia²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda, Indonesia.

*Kontak Email: rahmadnurkholis77@gmail.com

Diterima: 07/11/20

Revisi: 25/02/21

Diterbitkan: 26/08/21

Abstrak

Tujuan studi: Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan *enabling factor* dengan konsumsi halal food pada remaja Kalimantan Timur.

Metodologi: penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain cross sectional dan menggunakan teknik total sampling.

Hasil: Hasil penelitian ini terdapat hubungan antara *enabling factor* dengan *halal food* dengan nilai p-value $(0,009) < \alpha = (0,05)$.

Manfaat: Menjadi penambah wawasan tentang *Halal Food* dan menjadi referensi penelitian selanjutnya.

Abstract

Purpose of study: The purpose of this study is to determine the relationship of enabling factors with halal food consumption in East Kalimantan teenagers.

Methodology: This research is a quantitative study with cross sectional design and using online poll in the form of Google Form. Samples of this study were 30 respondents and were selected using a total sampling technique.

Results: The results of this study there is a relationship between enabling factors with halal food with p-value $(0.009) < \alpha = (0.05)$.

Applications: Be an insight into Halal Food and become a reference for further research.

Kata kunci: *Enabling Factor, Konsumsi Halal Food, Remaja*

1. PENDAHULUAN

Makanan halal atau yang biasa disebut sebagai *halal food* adalah makanan yang boleh dikonsumsi menurut ajaran Islam yang sesuai dengan di dalam Al-Quran dan hadits. Penduduk Indonesia yang mayoritas muslim, wajar jika negara melindungi atau melindungi umat Islam dalam mengonsumsi makanan, obat-obatan dan kosmetik yang berasal dari jenis dan zat yang tidak halal (Ramlan & Nahrowi, 2014).

Konsumsi yaitu pembelian barang dan jasa untuk rumah tangga. Barang adalah kebutuhan rumah tangga pada barang yang dapat bertahan dalam waktu lama, contohnya kendaraan, perlengkapan juga barang yang tidak dapat bertahan lama misalnya makan dan minuman. Jasa yang termasuk dalam barang yang tidak berwujud konkrit, yaitu pangkas rambut dan pemeriksaan kesehatan. Pembelian rumah tangga pada pendidikan juga masuk kedalam konsumsi jasa (Ariani, 2014).

Kementrian Agama (Kemenag (2013) menyebutkan terdapat beberapa kategori makanan halal dalam Islam dan seluruh kategori tersebut harus dipenuhi agar dapat dikatakan makanan halal (Gilalo et al., 2020). Ada beberapa kategori *halal food* yang terdiri dari halal zatnya, halal cara memperolehnya, halal cara prosesnya, halal cara penyajiannya, menyimpan dan mengantarkan. Halal cara memperolehnya Semua makanan pada dasarnya adalah halal, namun makanan halal dapat berubah menjadi haram apa bila diperoleh dengan cara tidak benar seperti hasil dari mencuri, menipu, hasil dari aina dan lain sebagainya. Halal cara memprosesnya, Semua makanan pada dasarnya adalah halal, namun makanan halal dapat berubah menjadi haram apa bila diperoleh dengan cara tidak benar seperti hasil dari mencuri, menipu, hasil dari aina dan lain sebagainya. Halal cara memprosesnya apabila makanan yang menggunakan bahan dasar halal dan diperoleh dengan cara yang halal namun cara memprosesnya yang haram, baik dari segi peralatan masak seperti bahan alat masak yang haram atau bekas memasak bahan haram maka makanan yang diproses dapat menjadi haram dan tidak dapat dikonsumsi oleh umat muslim. Halal penyajiannya, menyimpannya dan mengantarkan, Kategori ini yaitu bagaimana cara penyajian atau penyimpanan makanan tersebut hingga dapat dikonsumsi. Ketiga proses ini dapat merubah makanan yang halal menjadi haram seperti makanan diantar dengan tujuan tidak baik.

Faktor yang mempengaruhi konsumsi halal food, religiusitas, pengetahuan makanan halal, kesadaran halal. Religiusitas berasal dari akar kata *religion* (agama). Agama ialah sebuah pedoman hidup yang mengatur bagaimana manusia mengatur hidupnya bagaimana manusia berinteraksi dengan sekitarnya, berisi aturan tentang apa dan bagaimana manusia menghindari mana yang harus dihindari, melaksanakan apa yang seharusnya dilaksanakan sesuai dengan perintah-Nya

mengatur konsep religiusitas tentang bagaimana manusia memiliki komunikasi dengan Tuhan-Nya sebagai Yang Maha Esa, (Syafi'i, 2019).

Masyarakat khususnya umat muslim harus mengetahui tentang bagaimana cara untuk mengetahui apakah makanan yang ia konsumsi merupakan makanan halal atau bukan. Pengetahuan mengenai produk makanan yang di beli akan meningkatkan pengalaman makan makan naiknya tingkat kepuasan karena mengetahui nilai dan bahan dari produk yang dibeli. Jika konsumen memahami makanan apa yang ia beli dan bahan apa yang digunakan untuk memproduksi makanan tersebut dan proses pengolahannya, maka tidak mungkin akan meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terkhusus konsumen yang beragama Islam yang didalam Al-Qur'an telah dituangkan apa saja bahan makanan yang diharamkan. Era globalisasi yang meluas tidak terkecuali di Indonesia, meemiliki dampak terhadap beredarnya makanan dan minuman yang di impor dari negara lain. Pengetahuan mengenai produk makanan tercantum didalamnya mengenai kesadaran terhadap sebuah produk, bagaimana makanan di produksi, bahan dan ciri produk makanan yang digunakan, serta juga tentang kepercayaan tentang komposisi produk makanan yang tercantum didalam kemasan produk yang dapat di baca secara bebas (Rochmanto & Widiyanto, 2015).

Kesadaran (*awareness*) secara umum merupakan suatu pemahaman mengenai seorang manusia dengan lingkungannya dan diberikan stimulus mengenai apa yang terjadi pada sekitarnya dan meliputi juga mengenai peristiwa-peristiwa kognitif. Sedangkan kesadaran dalam hal makanan halal artinya adalah memahami bahwa makanan yang di konsumsi merupakan makanan yang mengandung bahan yang tidak diharamkan didalam agama islam, dan serta memahami bahwa dari segi proses dan bahan makanan yang digunakan untuk memproduksi bahan makanan aman dari bahan bahan yang di haramkan. (Pramintasari & Fatmawati, 2017). Menurut Syafi'i (2019) kesadaran halal yaitu apakah umat Muslim mengetahui makna halal yang tercantum dalam kemasan makanan dan apakah memahami makna halal itu sendiri serta memiliki pengetahuan tentang bagaimana caa memotong hewan sesuai dengan syariat agama Islam serta mengedepankan konsep makanan halal sebagai menu makanan sehari hari yang aman untuk di konsumsi. Secara keseluruhan dapat di simpulkan menjadi satu. Yaitu adalah pemahaman umat Muslim mengenai konsep halal, proses halal, dan mengedepankan bahwa mengkonsumsi makanan halal merupakan suatu kewajiban bagi umat muslim karena umat muslim tidak diperkenankan untuk mengkonsumsi makanan yang haram.

Namun dalam realitanya, negara belum mampu untuk memberikan jaminan yang pasti mengenai apakah makanan atau produk tersebut merupakan produk yang halal dan apakah telah memenuhi standar yang ada dalam syariat Islam. (Ramlan & Nahrowi, 2014). Oleh karena itu, demi mewujudkan hak-hak konsumen muslim, diperlukan regulasi yang jelas dan tegas karena tidak semua umat Muslim memahami dan paham mengenai standar halal apakah standar halal yang tercantum sudah sesuai dengan ajaran dalam syariat agama Islam. Kepedulian yang muncul atas kesadaran terhadap adanya pemahaman dan pengalaman yang akan menjadi sebuah pelajaran sebagai kontrol konsumen dalam mengkonsumsi makanan yang terbebas dari persoalan ketidak halalan (Yuwono, 2017).

Indonesia merupakan sebuah negara yang memiliki jumlah pemeluk agama Islam terbesar di dunia yaitu sebesar 87,1% (dengan jumlah penduduk pemeluk agama Islam di Indonesia berjumlah 219,960,000). Karena hal ini, maka pengawasan dan peredaran makanan dan produk halal harus diperhatikan dan sangat penting untuk dipantau karena masyarakat pemeluk agama Islam di Indonesia sangat besar dan banyak, otomatis menjadikan Indonesia sebagai konsumen terbesar dan menjadi targer dari impor makanan dari negara lain (Hidayat & Siradj, 2015).

Menurut Setyaningsih & Marwansyah (2019) tidak hanya konsumen muslim yang menjadikan sebuah produk halal sebagai standar ukuran untuk mereka konsumsi, tetapi dari berbagai macam agama yang lain pun juga menjadikan sebuah produk halal sebagai standar makanan yang akan mereka konsumsi.

Pengusaha kecil sampai saat ini masih tidak cukup peduli terhadap jaminan halal daripada produknya sendiri. Walaupun sudah mendapatkan bantuan dalam pembuatan sertifikasi hahal, tapi tetap saja para pengusaha produksi makanan kecil masih tidak cukup peduli. Bahkan jika sudah melakukan sertifikasi halal, namun untuk perpanjangan status sertifikat mereka tidak melakukan hal itu. Padahal batas berlakunya sertifikat halal hanya bertahan selama dua tahun dan setelah dua tahun harus melakukan perpanjangan status sertifikat halalnya

Produk halal yang ada uniknya menjadi standar untuk jaminan kualitas, keamanan, kebersihan, dan serta keselamatan makanan yang di konsumsi karena produk halal sudah terjamin dalam proses pengumpulan bahan, produksi dan pengemasan hingga makanan sampai di tangan konsumen terjamin bersih dan higienis dan terhindar dari bahan-bahan yang menyebabkan haram.

Berikut adalah estimasi penduduk dunia yang memeluk agama Islam pada tahun 2020

Tabel 1: Estimasi Populasi Muslim Dunia Pada Tahun 2020

Benua	Populasi	Muslim (%)	Jumlah Muslim	Rasio Muslim (%)
Asia	4.737.480.856	30.68	1.453.601.910	79.94
Afrika	1.302.294.870	41.64	542.322.842	26.47

Eropa	741.164.497	5.77	42.735.724	2.09
Amerika	1.053.854.176	0.94	9.931.849	0.48
Oseania	41.274.369	1.29	530.669	0.03
World	7.876.068.770	26.02	2.049.122.995	100

Di provinsi Kalimantan Timur sendiri, jumlah pemeluk agama Islam menurut BPS (Badan Pusat Statistik) pada tahun 2010 adalah sebanyak 3 juta jiwa yang tersebar merata. Dikarenakan hal ini menyebabkan tingkat konsumsi makanan halal sangat tinggi dan seiring dengan gaya hidup masyarakat termasuk didalamnya adalah pola konsumsi yang meningkat. LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) Kalimantan Timur sebagai satu-satunya lembaga yang berwenang memberikan sertifikat halal di Kalimantan Timur pada tahun 2018 telah memberikan sertifikat halal kepada 333 produk di seluruh Kalimantan Timur dan produk halal yang telah terdaftar pada LPPOM Kalimantan Timur pada tahun 2019 meningkat sebesar 95 produk sehingga total produk halal menjadi 428 produk (LPPOM MUI Kaltim, 2019).

Sarana ialah seluruh wujud perlengkapan, peralatan kerja serta sarana yang berguna buat perlengkapan utama ataupun pendukung dalam melakukan sesuatu pekerjaan ataupun pula untuk kepentingan yang lagi berhubungan dengan sistem kerja (Arham, 2019). Sebaliknya Prasarana merupakan perlengkapan penunjang ataupun perlengkapan utama, serta kedua perlengkapan ini berguna supaya mewujudkan sesuatu tujuan yang mau dicapai (Arham, 2019). Sarana serta prasarana merupakan sesuatu pendukung suatu proses usaha yang dicoba buat pelayanan publik. Apabila fasilitas serta prasarana ini tidak ada hingga seluruh aktivitas yang dicoba tidak hendak bisa menggapai hasil cocok dengan apa yang telah direncanakan. Menurut Syafly (2020) sarana serta prasarana ialah sesuatu perlengkapan pendukung sesuatu upaya yang dicoba untuk pelayanan publik, sebab bila kedua perihal ini tidak terdapat hingga seluruh aktivitas yang dicoba tidak hendak mencapai hasil yang optimal cocok dengan apa yang direncanakan.

Penyedia sarana dan prasarana terdiri dari supermarket, warung klotong, pasar, pasar tradisional. Menurut (Sopiah) "Supermarket yaitu sebuah toko yang berukuran cukup besar, berbiaya rendah, margin rendah, kapasitas penjualan tinggi, terkelompok sesuai jenis produk, *self-service*, dibuat agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, contohnya daging, makanan basah, serta produk yang bukan makanan misalnya mainan, majalah, *toiletries* dan sebagainya", Menurut (Kotler) "warung klotong adalah toko atau warung yang biasanya berukuran kecil serta biasanya berada di pemukiman yang banyak penduduk tinggal disekitarnya, dan jam buka biasanya lebih lama, yaitu selama tujuh hari dalam seminggu, dan menjual produk atau bahan pangan dalam jumlah terbatas dengan tingkat perputaran uang yang tinggi (Lestari dkk., 2017). Pasar merupakan sebuah tempat bertemunya penjual dengan pembeli hingga terjadi sebuah transaksi dan perputaran uang antara pembeli ke penjual. Sampai saat ini, pasar yang ada di dalam pemukiman masyarakat ada pasar modern dan pasar tradisional (Masyhuri & Utomo, 2017). Pasar tradisional adalah wajah dimana produsen atau penjual bertemu dengan konsumen dan terjadi lah aktivitas tawar menawar secara langsung sampai mendapatkan harga yang pas dan sesuai antara penjual dan pembeli (Masyhuri & Utomo, 2017).

Enabling factor merupakan faktor yang memfasilitasi perilaku atau tindakan seseorang. Sarana dan prasarana termasuk kedalam *enabling factor* karena sarana dan prasarana ini merupakan faktor pemungkin atau pendukung dalam suatu kegiatan agar dapat terlaksana dan sesuai rencana.

Untuk dapat menerapkan perilaku sehat, masyarakat membutuhkan sarana dan prasarana yang dapat mendukung mereka sebagai contoh yang adalah perilaku hidup bersih dan sehat (PHBS). Kita harus mencari informasi melalui puskesmas, rumah sakit, posyandu, dokter atau bidan praktik dan juga juga dapat melihat informasi yang ada di media massa misalnya media cetak, media elektronik dan media sosial tentang apa saja yang harus dilakukan dalam berperilaku hidup bersih dan sehat (PHBS).

Menurut Yulia (2015) remaja diucap sebagai orang dewasa bila telah menggapai kematangan seksual serta dapat melaukan reproduksi. Terdapat sebagian sesi pertumbuhan anak muda dari proses pertumbuhan diri jadi berusia ialah Remaja Dini (*Early Adolescence*), Remaja Madya (*Middle Adolescence*), Remaja Akhir (*Late Adolescence*). Anak muda dini ialah seseorang remaja yang berumur 10- 12 tahun masih bimbang serta heran terhadap perubahan- perubahan yang terjalin terhadap badannya sendiri serta sokongan yang menjajaki pergantian tersebut, Remaja madya berumur 13- 15 tahun yaitu remaja sangat membutuhkan kawan- kawan. Mereka bahagia apabila banyak sahabat yang suka dengannya. Terdapat kecenderungan "*narastic*", ialah menggemari dirinya sendiri, dengan menggemari kawan- kawan yang memiliki sifat- sifat yang seragam dengan dirinya. Remaja akhir berumur 16 - 19 tahun merupakan masa bersosialisasi mengarah pergantian jadi berusia serta umumnya diisyrati dengan pencapaian 5 perihal ialah atensi terus menjadi pasri terhadap fungsi- fungsi intelek, keinginannya menciptakan peluang supaya bisa berhubungan dengan orang banyak serta dalam pengalaman- pengalaman baru, jadi karakter intim yang tidak berubah- rubah lagi, egosentrisme(sangat memfokuskan atensi terhadap diri sendiri) diganti dengan kesetaraan antara kepentingan diri sendiri dengan kepentingan orang lain, Tumbuh "dinding" yang jadi pemisah diri pribadinya(*private self*) serta warga umum(*public*).

Sekolah SMK Farmasi Tenggara Kutai Kartanegara adalah sebagai tempat penelitian, pemilihan responden siswa dikarenakan sekolah sebagai tempat bagi siswa-siswi untuk berinteraksi serta mendapatkan edukasi pola makanan yang dikonsumsi serta adanya sarana dan prasarana atau penyedia makanan halal yang dikonsumsi, sehingga peneliti tertarik

untuk melakukan penelitian tentang hubungan sarana dan prasarana (*enabling factor*) dengan konsumsi halal *food* pada siswa-siswi SMK Farmasi Tenggara.

2. METODOLOGI

Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini ialah merupakan penelitian kuantitatif dan metode yang digunakan bersifat analitik korelasi dengan desain penelitian *cross-sectional*. Lokasi penelitian di SMK Farmasi Tenggara dan subjek penelitian ini adalah anggota OSIS dengan menggunakan metode *total sampling*. Hasil yang ditunjukkan dalam penelitian ini adalah bahwa Nilai CI (95% *Confidence interval*) yaitu 0.002 – 0,407, hasil menunjukkan bahwa hasil CI < 1 sehingga hasil ini protektif atau bisa dikatakan terdapat sifat pencegahan terhadap sarana dan prasarana dengan konsumsi halal *food* pada remaja di SMK Farmasi Tenggara.

3. HASIL DAN DISKUSI

3.1 Hasil Univariat

Tabel 2: Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia Remaja di SMK Tenggara Tahun 2020

No	Usia (tahun)	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	15	1	3.3
2	16	11	36.7
3	17	15	50.0
4	18	3	10.0
Total		30	100

Sumber : Data Primer

Berdasarkan pada Tabel 2 atas, usia responden dengan jumlah tertinggi adalah remaja dengan usia 17 tahun dengan persentase sebesar 50% dan jumlah terendah pada usia 15 tahun sebesar 3.3%.

Tabel 3: Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin Remaja di SMK Farmasi Tenggara

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	Laki-laki	7	23.3
2	Perempuan	23	76.7
Total		30	100

Sumber : Data Primer

Berdasarkan Tabel 3 di atas, jenis kelamin responden dengan jumlah tertinggi adalah perempuan dengan persentase 76.3% dan jumlah terendah laki-laki 23.3%.

Tabel 4: Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kelas Remaja di SMK Farmasi Tenggara

No	Kelas	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	X	9	30.0
2	XI	10	33.3
3	XII	11	36.7
Total		30	100

Sumber : Data Primer

Berdasarkan Tabel 4 di atas, kelas responden dengan tertinggi kelas XII dengan persentase 36.7% dan jumlah terendah kelas X dengan persentase 30.0%.

Tabel 5: Distribusi Frekuensi berdasarkan Sarana Prasarana dan Halal Food

Variabel	TOTAL	
	N	(%)
Sarana dan Prasarana		
- Kurang baik	5	16,7
- Baik	25	83.3
Total	30	100
Halal Food		
- Mengkonsumsi	26	86.7
- Tidak mengonsumsi	4	13.3

Total	30	100
--------------	-----------	------------

Sumber: Data Primer

Berdasarkan Tabel 5 diatas, pada variabel sarana dan prasarana, diketahui bahwa sebagian besar masuk dalam kategori baik sebanyak 25 responden (83.3%) dan kategori kurang baik sebanyak 5 responden (16.7%). Pada variabel *halal food* sebagian besar masuk dalam kategori mengkonsumsi sebanyak 26 responden (86.7%), sedangkan kategori tidak mengkonsumsi sebanyak 4 responden (13.3%).

3.2 Analisis Bivariat

Tabel 6: Hubungan Sarana Prasarana dan Halal Food

Variabel		Halal Food				Total	P-value	OR	CI (95%)	
		Mengkonsumsi		Tidak Mengkonsumsi						
		N	(%)	N	(%)					
Sarana dan Prasarana	Kurang baik	2	40	3	60	5	100	0.009	0,028	0,002 – 0,407
	Baik	24	96	1	4	25	100			
Total						30	100			

Sumber: Data Primer

Berdasarkan Tabel 6 di atas, dari 30 responden diketahui bahwa sebagian besar responden termasuk dalam kategori sarana dan prasarana yang baik dan mengkonsumsi *halal food* sebesar 24 orang responden (96%) dan responden yang masuk dalam kategori sarana dan prasarana yang baik dan tidak mengkonsumsi *halal food* sebesar 1 orang (4%). Sedangkan responden yang masuk dalam kategori kurang baik sarana dan prasarana nya dan mengkonsumsi *halal food* berjumlah 2 orang (40%) dan responden yang masuk dalam kategori sarana dan prasarana yang tidak baik dan tidak mengkonsumsi *halal food* sebesar 3 orang(60%). Hasil yang didapatkan dari uji Fisher's Exact Test pada tingkat kepercayaan 95% memperoleh nilai p-value = 0,009. Dimana nilai p-value tersebut < $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak yang memiliki arti dan dapat disimpulkan bahwa terdapat adanya hubungan yang signifikan antara sarana dan prasarana dengan konsumsi *halal food* pada siswa-siswa SMK Farmasi Tenggara. Nilai OR (Odds Ratio) dapat diartikan bahwa sarana dan prasarana yang kurang baik berpeluang tidak mengkonsumsi *halal food* sebesar 0,028 kali dibandingkan dengan sarana dan prasarana yang baik. Nilai CI (95% Confidence interval) yaitu 0.002 – 0,407, hasil menunjukkan bahwa hasil CI < 1 sehingga hasil ini protektif atau bisa dikatakan terdapat sifat pencegahan terhadap sarana dan prasarana dengan konsumsi *halal food* pada remaja di SMK Farmasi Tenggara.

Di dalam agama Islam, telah di atur oleh Allah SWT tentang bagaimana manusia hidup. Semua hal tersebut tercantum dalam kitab suci Al-Qur'an yang menjadi pedoman hidup umat muslim, pemeluk agama Islam. Di dalam Al-Qur'an telah disebutkan agar manusia dianjurkan mengkonsumsi makanan atau produk yang halal (QS Al-Baqarah ayat 168). Undang-undang no 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal disini tidak hanya mengatur bagaimana makanan haruslah memiliki label halal, tapi juga mengatur bagaimana produk halal di produksi. Produk dalam hal ini ialah seperti kosmetik, produk biologi, kimiawi, serta barang yang digunakan oleh masyarakat secara umum dan luas. Namun pelaku usaha produk belum mampu untuk merajai bisnis industri produk halal dalam negeri karena banyak sekali di jumpai beberapa kendala, salah satunya dikarenakan lemahnya dan belum mendukungnya perilaku produsen terhadap konsumen (Yulia, 2015).

Hal ini juga di pengaruhi oleh kesadaran pelaku usaha mikro untuk membuat dan melakukan sertifikasi halal. Pelaku usaha yang melakukan sertifikasi halal hanya beberapa. Padahal jika makanan atau produk telah mencantumkan logo halal dalam pengemasan produknya, maka akan meningkatkan minat beli konsumen sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Widodo, 2016) bahwa secara parsial labelisasi halal pada makanan atau produk yang dijual mempengaruhi keputusan pembelian produk. Produk atau makanan olahan yang tidak mencantumkan logo halal akan menyebabkan konsumen muslim menjadi ragu akan membelinya karena kemungkinan produk tersebut tidak halal.

Walaupun potensi konsumen halal di Indonesia cukup besar, namun banyak sekali rintangan yang harus dihadapi seperti standarisasi dan pemenuhan dokumen halal, integritas rantai supply, rendahnya kualifikasi sumber daya manusia, edukasi konsumen, lokasi yang strategis dan tantangan operasional. Pelaku bisnis di Indonesia yang memperdagangkan produk atau makanan halal harus memberikan informasi yang jujur dan jelas mengenai produknya (Peristiwa, 2019). Hal ini dilakukan untuk melindungi konsumen muslim dari kontaminasi produk atau bahan makanan yang mengandung bahan-bahan non halal atau haram.

Menurut (Hawariyuni & Krishnan, 2018) Perilaku konsumen muslim berbeda dengan perilaku konsumen pada umumnya. Dikarenakan Islam mewajibkan umat pemeluk agama Islam untuk mengkonsumsi makanan yang halal dan ada beberapa adab yang harus diterapkan dalam mengkonsumsi dan juga pada tahap produksi makanan, minuman, dan produk :

1. Dalam agama Islam, ada norma dan perilaku yang di atur
2. Pendapatan yang diterima harus sebagian dibelanjakan untuk keperluan duniawi dan sebagiannya dibelanjakan untuk di jalan Allah (infaq)
3. Umat muslim termotivasi untuk menabung dan memiliki tabungan seperti yang tertuang dalam banyak ayat Al-Qur'an dan hadist

Dalam perspektif muslim, konsumen mencapai utilitas maksimal jika telah mengkonsumsi makanan, minuman atau produk halal dan salah satu tujuannya adalah untuk mencapai kebahagiaan dunia akhirat dan mencegah mereka mengkonsumsi makanan yang mengandung bahan haram. Dalam perspektif muslim, konsumen mencapai utilitas maksimal jika telah mengkonsumsi makanan, minuman atau produk halal dan salah satu tujuannya adalah untuk mencapai kebahagiaan dunia akhirat dan mencegah mereka mengkonsumsi makanan yang mengandung bahan haram

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Pratiwi, 2018) yang dilakukan di Provinsi Papua dengan sampel penelitian berjumlah 97 orang. Hasil studi yang dilakukan oleh peneliti menyebutkan bahwa 51,7% remaja muslim di provinsi Papua untuk membeli makanan yang halal. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Rahman, 2018) menunjukkan bahwa pengaruh agama memberikan pengaruh kepada para dewasa awal yang ada di Bangladesh dan di Filipina untuk membeli produk halal yang memiliki logo halal pada produknya.

4. KESIMPULAN

Pada hasil uji *Fisher's Exact test* pada tingkat kepercayaan 95% memperoleh nilai *p-value* sebesar 0,009 dimana nilai $p\text{-value} < \alpha = 0,05$, sehingga H_0 di tolak yang artinya dapat di simpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara sarana dan prasarana dengan konsumsi halal *food* pada siswa-siswa SMK Farmasi Tenggarong.

SARAN DAN REKOMENDASI

Bagi para siswa-siswi sebaiknya lebih berhati-hati dalam mengkonsumsi makanan.²Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu meneliti faktor-faktor lain terkait halal food dan lebih mengembangkan penelitian yang sudah ada.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada proyek KDM (Kerjasama Dosen Mahasiswa) No. xxxxx, Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur (UMKT), yang memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi mahasiswa dan penerbitan.

REFERENSI

- Arham, S. (2019). Ketersediaan Sarana dan Prasarana Terhadap Pelaksanaan Pembelajaran Pendidikan Jasmani di SMA Negeri 3 Makassar. *Celebes Education Review*, 1(2), 53–58.
- Ariani, D. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi di Kabupaten Nagan Raya. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik Indonesia*, 1(1), 1–7.
- Gilalo, J. J., Sulistiyono, A., & Harahap, B. (2020). Tinjauan Yuridis dalam Bukti Hukum Konsumen dalam Makanan Halal. *Juridical Review in Consumer Law*, 12(1), 26–40.
- Hawariyuni, W., & Krishnan, K. S. (2018). The Preferences of Muslim Consumer's Behaviour on Halal Food Based on The Utility Maximization Theory. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4), 37–39
- Hidayat, A. S., & Siradj, M. (2015). Legal Arguments of Halal Product Guarantee (Argumentasi Hukum Jaminan Produk Halal). *Jurnal Bimas Islam*, 8(1), 31–66.
- Lestari, L., Yarmaidi, & Nugraheni, I. L. (2017). Kontribusi Pendapatan Usaha Warung Kelontong Terhadap Pendapatan Total Keluarga Pekon Tekad Tanggamus. *Jurnal Penelitian Geografi*, 53(9), 2–11.
- LPPOM MUI Kaltim. (2019). *Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majaelis Ulama Indonesia Kalimantan Timur*.
- Masyhuri, M., & Utomo, S. W. (2017). Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun. *Assets: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, 6(1), 59–72.
- Peristiwo, H. (2019). Indonesian Food Industry on Halal Supply Chains. *Food ScienTech Journal*, 1(2), 69–77.
- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, Dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 1–33
- Pratiwi, I. E. (2018). Halal Food and Young Muslim's Purchase Intention in Indonesia : A Case Study in Papua Province. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 4(3), 21–34.
- Rahman, K. A. (2018). Halal Food Awareness of Young Adult Muslim's Consumers : Comparative Studies Between Bangladesh and Philipine. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 9(11).
- Ramlan, R., & Nahrowi, N. (2014). Sertifikat Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim. *AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah*, 17(1), 145–154.
- Rochmanto, B. Al, & Widiyanto, I. (2015). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Norma Religius Terhadap Sikap Konsumen dalam Niat Mengkonsumsi Produk Makanan dan Minuman Halal. *Diponegoro journal of management*, 4(1), 1–12.

- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 64–79.
- Syafi'i, N. E. S. M. (2019). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengguna Go-Food dalam Membeli Makanan Halal*.
- Syafly, H. G. (2020). Administrasi Sarana dan Prasarana. *Jurnal Administrasi Sarana Dan Prasarana*, 1, 1–4.
- Widodo, T. (2016). *Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Yulia, Lady. (2015). Halal Products Industry Development Strategy. *Jurnal Bimas Islam*, 8(1), 1–42.
- Yulia, R. (2015). Pola Konsumsi Protein Remaja pada Masyarakat Nelayan. In *Ekp* (Vol. 13, Nomor 3).
- Yuwono, D. B. (2017). Kepedulian Muslim Perkotaan Terhadap Kehalalan Makanan Produk Pengusaha Mikro Kecil (Kasus pada Masyarakat Muslim Minoritas di Kota Kupang, NTT). *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat*, 1(1), 111–137.