

Hubungan Pengetahuan dengan Konsumsi Halal *Food* pada Remaja Kalimantan Timur

Rizaldi^{1*}, Nida Amalia²

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

*Kontak Email: rizaldi291@gmail.com

Diterima: 07/11/20

Revisi: 25/02/21

Diterbitkan: 26/08/21

Abstrak

Tujuan studi: Tujuan dengan adanya penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan pengetahuan dengan konsumsi halal food pada remaja di Kalimantan Timur khususnya pada remaja atau siswa/siswi SMK Farmasi Tenggarong

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

Hasil: Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat hubungan antara pengetahuan dengan *halal food* dengan nilai *p-value* (0,039) $< \alpha = (0,05)$ bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan dengan perilaku konsumsi *Halal Food* remaja

Manfaat: Menjadi penambah wawasan serta pengetahuan tentang *Halal Food* dan menjadi referensi penelitian selanjutnya serta Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan data maupun bahan untuk menyusun suatu program yang dilakukan pada tempat penelitian.

Abstract

Purpose of study: The purpose of this study is to determine the relationship of knowledge 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 knowledge with halal food with *p-value* (0.039) $< \alpha = (0.05)$ that there is a significant relationship between knowledge and adolescent Halal Food consumption behavior

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

Kata kunci: Pengetahuan, Konsumsi Halal Food, Remaja

1. PENDAHULUAN

Selaras dengan meningkatnya populasi umat pemeluk agama Islam di dunia saat ini yang telah diperkirakan akan menjadi total 2,7 jiwa di tahun 2060 yaitu sejajar dengan 29,7% dari semua penduduk di seluruh dunia sehingga konsumsi *halal food* pun meningkat seiring dengan semakin meluasnya agama Islam begitu juga dengan pengetahuan agar masyarakat bisa memilih makanan yang halal sesuai dengan anjuran agama Islam. Indonesia dikenal dengan negara yang memiliki jumlah pemeluk agama Islam terbesar di dunia. *The Pew Research of Center Religion & Public Life* menyatakan bahwa pemeluk agama Islam pertumbuhannya paling cepat di dunia. Pertumbuhan yang cepat ini dipengaruhi oleh pertumbuhan umat Islam juga dan migrasi regional. Para pemeluk agama Islam yang tinggal di daerah-daerah konflik kemudian berpindah tempat di sekitar beberapa negara bagian Eropa. Perpindahan umat Islam dari tempat tinggalnya menuju ke beberapa negara bagian Eropa disebabkan oleh konflik berkepanjangan yang disebabkan oleh kelompok ekstremis yang mengatasnamakan mereka sebagai ISIS. Pada tahun 2015, diperkirakan terdapat 1,8 miliar penduduk yang beragama Islam di seluruh dunia. Walaupun negara – negara di kawasan timur seperti Afrika Utara, Timur tengah, menjadi wadah lahirnya agama tersebut pada abad ke tujuh, faktanya pemeluk agama Islam hanya berkisar 20% dari total pemeluk agama Islam di dunia. Negara-negara yang memiliki pemeluk agama Islam terbesar terdapat pada negara Asia- Pasifik, India, Pakistan, Indonesia, Bangladesh, Iran, dan Turki. Indonesia saat ini menduduki peringkat pertama dalam tingkat pemeluk agama Islam terbesar di dunia dan diperkirakan India akan menjadi populasi pemeluk agama Islam terbesar selanjutnya pada tahun 2050 dengan proyeksi sekitar 300 juta pemeluk agama Islam di India. Pemeluk agama Islam di Eropa juga meningkat beberapa tahun belakang. Hal ini menjadi dasar perkiraan bahwa pada tahun 2050, setidaknya terdapat 10% warga Eropa yang menjadi pemeluk agama Islam. (Lipka, 2017). Data yang diperoleh melalui Badan Pusat Statistik di tahun 2013, diketahui bahwa pemeluk agama Islam di Indonesia berjumlah 207.176.162 orang (87,18%) dan menjadi jumlah pemeluk agama terbesar di Indonesia dan diperkirakan angka ini terus bertambah dan semakin banyak. (BPS (Badan Pusat Statistik), 2013).

Di Provinsi Kalimantan Timur sendiri Jumlah penduduk mencapai 3.553.143 jiwa termasuk masyarakat yang berada di daerah perkotaan sebanyak 2.205.725 jiwa (62,08 persen) dan masyarakat yang tinggal di daerah pinggiran kota dengan

jumlah penduduk 1.347,418 jiwa (37,92 persen). Persentase penduduk dari kabupaten/kota bermacam-macam mulai yang terendah sebesar 0,43 persen di Kabupaten Tana Tidung hingga yang tertinggi sebesar 20,47 persen di Kota Samarinda (Badan Pusat Statistik Kalimantan Timur, 2010).

Melihat dari data tersebut cenderung membuat kebutuhan konsumsi masyarakat di Kalimantan Timur sangat tinggi. LPPOM MUI Kalimantan Timur salah satu Lembaga yang mempunyai kewajiban untuk memberikan sertifikasi Halal pada produk-produk yang berada di Provinsi tersebut. Pada tahun 2018 LPPOM MUI telah memberikan sertifikasi *halal food* pada 333 produk yang berada di seluruh Kalimantan timur. Terjadi peningkatan yaitu 95 produk sehingga terdapat 428 produk diseluruh Kalimantan timur pada tahun 2019 (LPPOM MUI Kaltim, 2019).

Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk di dunia terutama negara Indonesia khususnya dan besarnya penduduk muslim di dunia sangat penting untuk mengetahui proses pengolahan makanan halal, penyimpanan yang baik serta bisa membedakan makanan yang baik untuk dikonsumsi atau tidak. Kita sebagai umat muslim sangat dianjurkan untuk mengkonsumsi produk halal sesuai dengan yang terdapat di Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 3 yang berbunyi: "Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelihnya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala."

Pengetahuan tentang produk halal tidak diwajibkan diketahui oleh masyarakat muslim saja, tetapi pengetahuan tentang produk halal harus diketahui juga masyarakat yang beragama non-muslim karena produk yang halal terjamin kualitasnya serta kandungan yang baik untuk kesehatan tubuh manusia (Nawi, 2020).

2. METODOLOGI

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif analitik. Kuantitatif analitik dengan desain *cross sectional*. Populasi yang menjadi responden penelitian ini merupakan siswa/I SMK Farmasi Tenggarong yang mengikuti kegiatan pembelajaran daring secara aktif dan merupakan anggota OSIS. Waktu penelitian dilakukan mulai pada tanggal 3 hingga 5 Juli 2020. Metode pengambilan sampel menggunakan metode total *sampling*. Untuk melakukan pengambilan data dikarenakan keterbatasan keadaan dikarenakan pandemi, peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner elektronik (*google form*).

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini merupakan uji *expert*. Uji Expert merupakan uji yang dilakukan oleh seorang atau beberapa orang yang ahli dalam bidang *halal food*. Untuk menganalisa data, teknik yang digunakan adalah metode *chi square* dengan memperhatikan nilai *p-value*, *confidence interval* dengan akurasi 95%. Hasil penelitian ini menunjukkan Nilai CI (95% *Confidence interval*) yaitu 0.002 – 0,657, hasil menunjukkan bahwa hasil $CI < 1$ sehingga hasil ini protektif. Artinya, dapat mencegah terjadinya remaja yang tidak mengkonsumsi *halal food* pada remaja di SMK Farmasi Tenggarong.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum lokasi penelitian

SMK Farmasi Tenggarong merupakan salah satu sekolah menengah atas swasta yang berada di kecamatan Tenggarong, kabupaten kutai kartanegara Kalimantan timur yang berada di jalan wolter monginsidi Kabupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur. Lokasi sekolah tersebut sangat strategis karena posisi sekolah berada di pinggir jalan raya, untuk menjangkau sekolah tersebut sangat mudah karena sekolah dilalui berbagai kendaraan darat seperti motor, mobil dan berbagai angkutan umum lainnya. Smk Farmasi Tenggarong memiliki 14 kelas dengan 90 siswa laki-laki dan 240 siswa perempuan.

Selain terdapat fasilitas ruang kelas, SMK Farmasi Tenggarong juga memiliki lapangan sebagian yang lumayan luas yang mana bisa menjadi lapangan upacara, berbagai olahraga yang digunakan siswa/i. Fasilitas ruangan yang lain terdapat berbagai ruangan untuk praktikum, laboratorium, ruang koperasi, mushola, UKS, Ruang Osis dan ruang bimbingan konseling.

Analisis Univariat

Tabel 1: Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia Remaja di SMK Tenggarong Tahun 2020

No	Usia (tahun)	Frekuensi (n)	Presentase (%)
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

Analisis univariat adalah sebuah analisis statistik yang memiliki tujuan yaitu untuk memberikan penjelasan mengenai variabel penelitian yang biasanya disajikan dalam bentuk tabel dengan keterangan yang jelas. Data yang disajikan dalam Tabel 1 adalah data distribusi frekuensi yang menampilkan persebaran data responden berdasarkan usia. Data yang tampil dalam analisis univariat menampilkan distribusi dan presentasi tiap variabel. (Notoatmodjo, 2014). Variabel dependen dari penelitian ini ialah konsumsi *halal food* dan variabel independen pada penelitian ini yaitu pengetahuan.

Berdasarkan Tabel 1, diperoleh hasil bahwa responden tertinggi usia responden dengan jumlah tertinggi adalah 17 tahun dengan persentase sebesar 50% dan jumlah terendah pada usia 15 tahun dengan persentase 3.3%. responden di usia 16 tahun terdapat 11 orang responden dengan persentase 36.7% dan terdapat 3 orang responden yang berada di usia 18 tahun dengan persentase 10.0%. Usia membatasi remaja yang berusia dari usia 12 tahun sampai 21 dan usia tersebut telah selesainya masa pertumbuhan secara fisik (Jannah, 2017).

Remaja dari usia 12 hingga 21 tahun akan mencapai perkembangan fisik yang maksimal. Di usia ini juga akan terjadi pertumbuhan fungsi psikologis yang di tandai dengan meningkatnya mental, berfikir yang luas, kemampuan untuk memahami sesuatu, dan meningkatnya daya ingat. Dengan meningkatnya perkembangan tersebut remaja akan memiliki perhatian yang lebih kepada lingkungan sekitar dan intelektual yang tinggi untuk menyesuaikan diri terhadap lingkungan tersebut (healthychildren, 2020). Dari pernyataan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa remaja atau masa remaja ialah sebuah fase pertumbuhan dan perkembangan seorang anak dan merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak menuju fase dewasa. Periode transisi ini tidak hanya melibatkan pertumbuhan dan perkembangan fisik, namun juga psikologis, dan sosial.

Perubahan demi perubahan ini terjadi dengan cepat bahkan dengan tanpa kita sadari. Perubahan yang menonjol yaitu adalah sifat dan perilaku sosial dengan lingkungannya. Secara psikososial, perkembangan pada masa Remaja (*adolescent*) dapat dibagi menjadi 3 tahap yaitu *Early*, *Middle*, dan *late adolescent*. Pada tiap-tiap 3 tahapan tersebut mempunyai karakteristik yang berbeda-beda. Segala bentuk sesuatu yang bisa mengganggu proses *maturase* fisik dan hormonal pada remaja ini dapat mempengaruhi pertumbuhan psikis dan emosional yang dapat diperlakukan pemahamanyang baik tentang proses perubahan yang terjadi pada remaja dari semua aspek.

Dalam agama Islam usia remaja adalah usia yang paling dibanggakan, karena lebih remaja lebih penting mempersiapkan untuk menjadi penerus yang paham dalam mengintegrasikan nilai-nilai akhlak, iman dan pengetahuan. Islam sangat memperhatikan remaja dalam hal-hal yang boleh dilakukan atau dilarang untuk melakukan, contohnya remaja wajib mengerjakan ibadah sholat, tidur tidak diperkenankan dengan orang tua lagi, keluar kamar mandi wajib menggunakan pakaian atau kain penutup aurat, memilih pergaulan yang baik diantara laki-laki dan perempuan, mengetahui sebab akibat dan bahaya dari film porno. Pada usia Remaja di anjurkan dekat dengan sang maha pencipta yaitu Allah dalam melaksanakan perintah-Nya seperti tidak meninggalkan kewajiban sebagai umat Islam serta menjauhi larangan-larangan Allah. Remaja harus selalu dalam perhatian dari keluarga, karena pada usia remaja akan mudah dipengaruhi oleh suatu hal yang belum pernah didapatkan sebelumnya. Remaja wajib memahami bahwa semua makhluk hidup adalah ciptaan Allah yang paling sempurna dan seluruh ciptaan Allah di dunia ini adalah wujud kebesaran Allah Swt dan segala yang Allah ciptakan di bumi untuk semua makhluk hidup (Al Baqarah; 29)

Tabel 2: 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 2020

Di Tabel 2, jenis kelamin responden dengan jumlah tertinggi adalah perempuan dengan persentase 76.7% dan jumlah jenis kelamin terendah adalah laki-laki dengan persentase 23.3% dengan total 30 responden di SMK Farmasi Tenggara.

Hal ini sama halnya dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Febriyanto, 2016) pada 50 responden pada remaja tentang hubungan antara pengetahuan dan sikap perilaku konsumsi jajanan sehat di Sulaimaniyah Mojoagung Jombang dengan responden sebanyak 66% responden berjenis kelamin laki-laki, sedangkan 34% responden berjenis kelamin perempuan. Dari hasil kedua penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan antara pengetahuan dengan memilih produk makanan yang aman yang persentasenya lebih besar pada jenis kelamin laki-laki.

Tabel 3: Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kelas Responden di SMK Farmasi Tenggara

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

Sumber : Data Primer 2020

Dari hasil tabel 3 ini, kelas responden Kelas Responden diurut dari kelas terendah di SMK Farmasi Tenggara adalah dimulai dari kelas X responden sebanyak 9 orang responden dengan persentase 30%, kelas XI sebanyak 10 orang responden dengan persentase 33.3% dan kelas tertinggi adalah kelas XII dengan 11 orang responden dengan persentase 36.7%.

Tabel 4: Distribusi Frekuensi berdasarkan Pengetahuan dan Halal Food

Variabel	TOTAL	
	N	(%)
Pengetahuan		
- Kurang baik	3	90.0
- Baik	27	10.0
Total	30	100
Halal Food		
- Mengonsumsi	26	86.7
- Tidak mengonsumsi	4	13.3
Total	30	100

Sumber: Data Primer 2020

Berdasarkan Tabel 4 diatas, pada variabel pengetahuan ini, diketahui bahwa sebagian besar masuk dalam kategori baik sebanyak 27 responden (90%) dan kategori kurang baik sebanyak 3 responden (10%). Pada variabel *halal food* sebagian besar masuk dalam kategori mengonsumsi sebanyak 26 responden (86.7%), sedangkan kategori tidak mengonsumsi sebanyak 4 responden (13.3%). responden yang tidak mengonsumsi *halal food* di karenakan responden kurang mengetahui akan pentingnya mengonsumsi produk halal dan agama *Non Muslim*.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Huda, 2018) dengan 150 responden dengan teknik pengumpulan data penelitian yang berbeda yaitu dengan menggunakan dan *snowball sampling* dengan rumus jumlah nilai yang didapat siswa : jumlah seluruh siswa x 100% dan didapatkan nilai rata-rata 4,44, nilai tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat pengetahuan tinggi yang menjelaskan tingkat pengetahuan sangat penting bagi masyarakat untuk bisa memilih produk halal (Sa'diyah & Rodiah, 2015)

Analisis Bivariat

Tabel 5 Hubungan Pengetahuan dan Halal Food

Variabel	Halal Food				Total	P-value	OR	CI (95%)		
	Mengkonsumsi		Tidak Mengkonsumsi							
	N	(%)	N	(%)						
Pengetahuan	Baik	2	33	2	4	5	100	0,009	0,028	0,002 – 0,407
	Kurang Baik	25	40	2	60	25	100			
Total					30	100				

Sumber: Data Primer (data langsung)

Di Tabel 5, dari 30 responden menunjukkan bahwa dari 30 responden diketahui merupakan responden termasuk dalam kategori baik dengan pengetahuan konsumsi *halal food* 1 (33%) dan responden yang termasuk dalam kategori kurang baik sebesar 25 (40%). Sedangkan responden yang termasuk dalam kategori baik mengonsumsi *halal food* sebesar 2 (4%) dan responden yang termasuk kategori kurang baik mengonsumsi *halal food* sebesar 2 (4%).

Hasil uji *Fisher's Exact test* pada tingkat kepercayaan 95% memperoleh nilai *p-value* sebesar 0,039 dimana nilai *p-value* < $\alpha = 0,05$, sehingga H_0 ditolak yang artinya dapat di simpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan dengan konsumsi *halal food* pada siswa-siswa SMK Farmasi Tenggara.

Uji ini digunakan karena syarat-syarat *chi square* tidak memenuhi. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian dari Nurul Wulan (2018) dengan Teknik analisis data yaitu dengan analisis regresi logistik yang mempelajari hubungan antara variabel dependen dan independent. Regresi logistik nama digunakan Ketika variable dependen hanya memiliki dua nilai, seperti 0 dan 1 atau ya dan tidak. Analisis regresi berganda dan uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan *views* 10. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda untuk variabel dependen pengetahuan tentang kehalalan produk (Y) di peroleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 5,08 - 0,06X1 - 0,39X2 + 1,65X3 + 1,74X4 + e$$

Keterangan:

Y = Pengetahuan Tentang Kehalalan Produk Pangan Halal

Z = Keputusan Pembeli Produk Pangan Halal

β 1- β 8 = Koefisien Regresi

x1 = Jenis Kelamin (Laki-laki atau Perempuan)

X2 = Asal Universitas

X3 = Pernah belajar di *Boarding School*

X4 = Keikutsertaan *Halal School*

e1, e2 = *Error*

Nilai R² (koefisien determinasi) persamaan tersebut didapatkan nilai 0.23. Hal ini merujuk jika pernah belajar di pesantren dan keikutsertaan dalam *halal school* memberikan pengaruh sebesar 23% terhadap pengetahuan responden tentang kehalalan produk. Sedangkan sisanya dengan persentase 77% dipengaruhi factor lain. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji F, faktor tersebut memiliki pengaruh yang signifikan (*p-value* < 0.05) terhadap pengetahuan responden tentang kehalalan produk. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang yang pernah belajar di pesantren akan memiliki pengetahuan yang luas tentang kehalalan produk. Hal ini dapat dipengaruhi oleh materi terkait kehalalan produk yang didapatkan setelah mengikuti belajar di pesantren dan ikut serta *halal school*.

Hasil uji Bivariat, hasil uji *Chi-Square* mendapatkan nilai *p-value* yang terlihat yaitu sebesar 0.039, dan nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikan α yang ditentukan yaitu sebesar 0.05 sehingga dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara pengetahuan dengan perilaku konsumsi *Halal Food* remaja di SMK Farmasi Tenggarong. Nilai OR (*Odds Ratio*) memperoleh hasil yaitu sebesar 0.040 yang mana tingkat pengetahuan yang kurang beresiko untuk perilaku mengkonsumsi *Halal Food*. Nilai CI (95% *Confidence Interval*) yaitu 0.002 – 0.657, hasil ini menunjukkan bahwa nilai CI < 1. Artinya tingkat pengetahuan dapat mencegah terjadinya remaja yang tidak mengkonsumsi *halal food* di SMK Farmasi Tenggarong. Terdapat beberapa peneliti yang sejalan dengan hasil uji di atas sehingga penelitian ini diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu.

Dalam Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Rosidi, Musdianingwati, Suyanto, Yusuf, & Sulistyowati, 2015) bahwa pengetahuan memiliki pengaruh pada pemilihan produk *halal food*. Hal ini didasari oleh *halal awareness*, *religiosity*, dan sertifikasi makanan halal. Keputusan membeli makanan halal juga dipengaruhi oleh faktor agama yang dianut. Didalam penelitian yang dilakukan (Islamic Council of Victoria, 2010) oleh (Vristiyana, 2019) menyebutkan bahwa konsumen sebelum membeli sebuah produk, baik itu produk makanan atau yang lain, haruslah memiliki pengetahuan yang memadai mengenai apa yang hendak ia beli. Konsumen yang memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai produk yang akan di beli, maka tingkat keputusannya untuk membeli produk tersebut akan lebih efisien. Semakin tinggi tingkat pengetahuannya mengenai konsep agama yang dianut, maka akan semakin mempengaruhi pula tingkat pembelian produk makanan halal (*halal food*). Nilai dan norma yang ada dan tumbuh dimasyarakat juga mampu untuk memberikan pandangan dan pengetahuan mengenai produk halal. Di penelitian yang telah dilakukan oleh (Rachmawati, 2017) bahwa pengetahuan dipengaruhi oleh nilai norma sehingga memberikan pengaruh pada minat beli produk halal. Untuk memperoleh labelisasi halal pada produk makanan mereka, pelaku usaha harus memiliki dasar pengetahuan mengenai halal itu sendiri.

Menurut (Islamic Council of Victoria, 2010) halal merupakan kata yang berasal dari bahasa Arab yang mempunyai makna boleh atau diizinkan. Mengacu pada hal tentang makanan, halal telah ditentukan dalam kitab suci umat Islam yaitu Al Qur'an. Istilah halal mengacu pada hal-hal seperti makanan, daging, kosmetik, produk perawatan diri obat-obatan, dan bahan-bahan pelengkap makanan (komposisi). Secara umum, setiap makanan di anggap halal dan dianggap haram apabila didalam komposisi bahan untuk menyajikannya mengandung unsur-unsur yang di haramkan oleh Al-Qur'an dan hadist. Untuk menjelaskan kembali, bahwa makanan yang dianggap halal adalah jika kandungannya bebas dari bahan-bahan yang umat muslim tidak dapat konsumsi. Bahan-bahan yang tidak dapat di konsumsi oleh umat muslim antara lain adalah ; minuman yang mengandung alkohol, gelatin babi, daging babi, bacon, ham, kaldu daging babi, lemak babi, hewan liar yang memiliki gigi tajam dan bersifat buas (karnivora, burung pemangsa, dan lain sebagainya) dan bahan makanan yang terkontaminasi dari bahan-bahan yang telah disebutkan (Halal Monitoring Committee, 2012)

Kajian mengenai produk *halal food* di Indonesia telah diatur dalam undang-undang nomor 33 tahun 2014. Dalam UU tersebut menyebutkan bahwa produk yang masuk, beredar, dan dipasarkan di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia

harus memiliki sertifikat halal. Sertifikat halal juga wajib untuk dimiliki oleh setiap pelaku usaha, baik itu produk yang digunakan ataupun produk yang dikonsumsi. Hal ini dilakukan untuk menjamin bahwa setiap makanan atau produk yang ada bebas dari bahan-bahan yang diberi label haram karena hampir 87,18% populasi masyarakat Indonesia beragama Islam (Supriyadi & Asih, 2020). Didalam Undang-Undang nomor 33 tahun 2014, pemerintah juga membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang bertugas untuk memberikan pengawasan terhadap produk-produk yang beredar di Indonesia.

Pengetahuan mengenai apa itu halal juga harus dimiliki oleh para pelaku usaha. Hal ini untuk menjamin apakah pelaku usaha tersebut telah memahami apa itu halal dan apa itu haram bagi umat muslim sehingga konsumen muslim merasa aman saat menggunakan atau pada saat mengonsumsi produk tersebut. Evaluasi pengetahuan mengenai halal dilakukan oleh (Nuratifah, Sharifudin, & Mariam, 2019). Faktor lama nya pengalaman kerja ternyata memberikan pengaruh pada pengetahuan para pelaku usaha mengenai konsep halalan tayyiba. Para pelaku usaha yang memiliki pengalaman kerja lebih dari lima tahun ternyata memiliki tingkat pengetahuan mengenai konsep halal yang buruk. Selain itu, pekerja yang merupakan pekerja lokal secara statistika lebih memahami konsep halalan tayyiba ketimbang pekerja non lokal.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji univariat didapatkan hasil dari distribusi frekuensi berdasarkan usia remaja adalah dengan jumlah tertinggi yaitu usia 17 tahun dengan persentase sebesar 50%, jumlah terendah yaitu usia 15 tahun dengan persentase 3.3%. responden dengan usia 16 tahun terdapat 11 orang dengan persentase 36.7% sedangkan 3 orang responden berada di usia 18 tahun dengan persentase 10.0%. Distribusi frekuensi berdasarkan jenis kelamin yaitu terdapat 76.7% dengan total responden 23 orang adalah perempuan sedangkan laki-laki terdapat 7 orang responden dengan persentase 23.3%. Distribusi frekuensi berdasarkan kelas responden yaitu terdapat 9 orang responden kelas X (10) dengan persentase 30%, terdapat 10 orang responden kelas IX (11) dengan persentase 33.3% dan kelas XII (12) terdapat 11 orang responden. Distribusi frekuensi berdasarkan pengetahuan Sebagian besar berada dalam kategori kurang baik sebanyak 27 responden (90%) dan Sebagian kecil kategori baik sebanyak 3 responden (10%). Pada variabel Konsumsi *Halal Food* Sebagian besar responden sebanyak 26 dengan persentase 86.7% mengonsumsi *halal food* sedangkan 4 responden dengan persentase 13.3% tidak mengonsumsi *halal food*.

SARAN

1. Bagi Responden

Bagi para siswa-siswi dan semua masyarakat untuk dengan berhati-hati dalam mengonsumsi makanan. Lebih baik kita mengetahui kandungan yang terdapat dalam produk yang akan dikonsumsi, mengetahui cara pembuatan atau pengolahan produk tersebut.

2. Bagi peneliti

Sebaiknya menyiapkan segala keperluan yang digunakan untuk penelitian lebih lengkap dan bisa mengatur waktu penelitian dengan baik sehingga proses penelitian bisa berjalan dengan lancar, efektif dan efisien. Peneliti bisa mencari sponsor agar tidak banyak mengeluarkan biaya untuk penelitian.

3. Bagi yang meneruskan penelitian ini

Untuk penelitian selanjutnya sangat diharapkan dapat meneliti faktor-faktor lain terkait *halal food* dan lebih mengembangkan penelitian yang sudah ada. Kemudian peneliti perlu melakukan penelitian lebih lanjut dengan sampel yang lebih banyak guna mengetahui mengenai pengetahuan remaja tentang konsumsi *halal food* lebih luas lagi.

4. Bagi tempat penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Instansi sekolah sebaiknya lebih menyediakan informasi berupa poster yang bersangkutan dengan produk-produk makanan yang halal, menyediakan informasi yang menambah pengetahuan siswa untuk mengetahui produk halal dan menyediakan waktu yang lebih lama sehingga penelitian bisa berjalan dengan efektif dan penelitian bisa dilakukan dengan tidak terburu-buru

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada proyek KDM (Kolaborasi Dosen Mahasiswa) Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur yang memberikan dukungan untuk menyelesaikan naskah publikasi ini dan kepada pihak instansi atau sekolah yang bersedia untuk menjadi tempat dan menerima dengan baik untuk dilakukannya penelitian ini.

REFERENSI

- Al Baqarah; 29. (n.d.). Al - Qur'an surah Al-Baqarah ayat 29.
Badan Pusat Statistik Kalimantan Timur. (2010). *Jumlah Pemeluk Agama di Kalimantan Timur*. Kalimantan Timur.
BPS (Badan Pusat Statistik). (2013). *Jumlah Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang dianut*. Indonesia.
Febriyanto, M. A. B. (2016). *Hubungan antara Pengetahuan dan Sikap dengan Perilaku Konsumsi Jajanan Sehat di MI Sulaimaniyah Mojoagung Jombang*. Universitas Airlangga.
Halal Monitoring Committee. (2012). Definition of Halal. Retrieved from <https://halalhmc.org/resources/definition-of-halal/>
healthychildren. (2020). Stages of Adolescence. Retrieved February 7, 2020, from

- <https://www.healthychildren.org/English/ages-stages/teen/Pages/Stages-of-Adolescence.aspx>
- Huda, N. (2018). Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal di Kalangan Mahasiswa. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan*, 2(2), 247–270. <https://doi.org/https://doi.org/10.24034/j25485024.y2018.v2.i2.3944>
- Islamic Council of Victoria. (2010). What is Halal? A Guide for non Muslims. Retrieved from www.icv.org.au/icvdocs/whatishalal.pdf
- Jannah, M. (2017). Remaja Dan Tugas-Tugas Perkembangannya Dalam Islam. *Psikoislamedia : Jurnal Psikologi*, 1(1), 243–256. <https://doi.org/10.22373/psikoislamedia.v1i1.1493>
- Lipka, M. (2017). Muslims and Islam: Key findings in the U.S. and around the world. Retrieved March 3, 2021, from <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/08/09/muslims-and-islam-key-findings-in-the-u-s-and-around-the-world/>
- LPPOM MUI Kaltim. (2019). *Data Sertifikasi Halal Produk Makanan di Kalimantan Timur*.
- Nawi, N. H. (2020). The Effect Of Attitude And Knowledge Towards Halal Standard Commitment Practice: A Study Of Halal Industry Revolution In Kota Kinabalu, Sabah. *Malaysian Palm Oil Council (MPOC)*, 21(1), 1–9. Retrieved from <http://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/>
- Notoatmodjo, S. (2014). *Kesehatan Masyarakat Ilmu dan Seni*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nuratifah, A. S., Sharifudin, M. S., & Mariam, A. L. (2019). Evaluation of knowledge and practices of halal certification among food processing companies in Sabah, Malaysia. *International Food Research Journal*, 26(1), 295–304.
- Rachmawati, E. (2017). Pengaruh Faktor Pengetahuan Dalam Memprediksi Sikap Untuk Mengonsumsi Makanan Halal. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 6(1), 137–157. Retrieved from <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/898>
- Rosidi, A., Musdianingwati, T., Suyanto, A., Yusuf, M., & Sulistyowati, E. (2015). Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Produk Halal. *Http://Jurnal.Unimus.Ac.Id*, 40–48.
- Sa'diyah, M., & Rodiah, S. (2015). Penerapan Penggunaan Metode Snowball Throwing pada Mata Pelajaran Bahasa Indonesia. *Journal of Elementary Education*, 1(2), 189–208.
- Supriyadi, E. I., & Asih, D. B. (2020). Regulasi Kebijakan Produk Makanan Halal di Indonesia, 2(1), 18–28.
- Vristiyana, V. M. (2019). PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PENGETAHUAN PRODUK HALAL TERHADAP PENILAIAN PRODUK HALAL DAN MINAT PEMBELIAN PRODUK HALAL (Studi Kasus Pada Industri Makanan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 85. <https://doi.org/10.30659/ekobis.20.1.85-100>