

Persepsi Mahasiswa Agribisnis Terhadap Makanan Halal dan Tayib (Studi Kasus di Universitas Muhammadiyah Malang)

Dyah Ayu Utari Suwita Ningtyas^{1*}, Ary Bakhtiar²⁾, Yohana Agustina³⁾

¹ Program studi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Indonesia

Email : dyahayuutarisuwitaningtyas@gmail.com¹, arybakhtiar@umm.ac.id², yohana.a@umm.ac.id³

Abstrak

Masyarakat sangat setuju bahwa mengkonsumsi makanan halal adalah penting, tetapi pemahaman konsep halal pada masyarakat Indonesia tergolong masih rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tentang persepsi mahasiswa agribisnis tentang makanan halal dan tayib dan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap makanan halal dan tayib. Penelitian ini menggunakan metode campuran dasar antara Kuantitatif dan Kualitatif (Mixed Methods), jenis metode campuran dasar yang digunakan ialah Sekuensial Eksplanatori. Metode analisis data yang digunakan ialah model analisis linear berganda. Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Malang khususnya mahasiswa program studi Agribisnis. Pengambilan sampel menggunakan Teknik *cluster random sampling* mendapatkan 2 *cluster* yaitu *cluster* Angkatan 2019 dan Angkatan 2020. Jumlah sampel untuk Angkatan 2019 sebanyak 56 orang dan untuk Angkatan 2020 sebanyak 60 orang. Faktor sosial dalam penelitian ini meliputi lingkungan, latar belakang dan keluarga. 46% mahasiswa Angkatan 2019 dan 70% mahasiswa Angkatan 2020 yang menjawab bahwa Sekolah Dasar merupakan sumber pertama dalam mendapatkan pengetahuan halal pada Pendidikan formal. Untuk Pendidikan non-formal 37% dari jawaban Angkatan 2019 dan 30% dari Angkatan 2020 setuju bahwa keluarga menjadi lembaga pertama untuk mendapatkan tentang pengetahuan halal dan tayib. Halal berdasarkan dalam kitab suci Al-Qur'an Surah Al Baqarah ayat 168 ada 5 poin yaitu mengkonsumsi daging babi, alkohol, darah, bangkai, dan daging hewan yang disembelih tanpa mematuhi hukum/aturan dalam Islam. Hasil perhitungan uji t menunjukkan variabel Faktor sosial berpengaruh positif secara signifikan terhadap persepsi mahasiswa. Untuk variabel faktor psikologis dan sikap tidak berpengaruh secara langsung terhadap persepsi mahasiswa.

Kata kunci: Halal, Mahasiswa, Makanan, Persepsi

Perception of Agribusiness Students on Halal and Tayib Food (Case Study at University of Muhammadiyah Malang)

Abstract

The community strongly agrees that consuming halal food is important, but the understanding of the halal concept in Indonesian society is still low. This study aims to examine the perceptions of agribusiness students about halal and tayib food and to analyze the factors that influence students' perceptions of halal and tayib food. This study uses a basic mixed method between quantitative and qualitative (Mixed Methods), the type of basic mixed method used is Explanatory Sequential. The data analysis method used is a multiple linear analysis model. This research was conducted at the University of Muhammadiyah Malang, especially students of the Agribusiness study program. Sampling using the cluster random sampling technique got 2 clusters, namely the Class of 2019 and Class of 2020. The number of samples for the Class of 2019 was 56 people and for the Class of 2020 as many as 60 people. Social factors in this study include environment, background and family. 46% of Class 2019 students and 70% of Class 2020 students answered that Elementary School is the first source of obtaining halal knowledge in formal education. For non-formal education, 37% of the answers from Class of 2019 and 30% of Class of 2020 agreed that the family is the first institution to gain knowledge about halal and tayib. Halal based on the holy book Al-Qur'an Surah Al Baqarah verse 168 there are 5 points, namely consuming pork, alcohol, blood, carcasses, and slaughtered animal meat without obeying the laws/rules in Islam. The results of the t-test calculation show that the social factor variable has a significant positive effect on student perceptions. Psychological factors and attitudes have no direct effect on student perceptions.

Keywords: Halal, Student, Food, Perception

A. PENDAHULUAN

Gaya hidup halal saat ini sedang menjadi tren global. Tidak hanya menarik bagi 1,6 miliar Muslim di dunia, tetapi juga bagi non-Muslim (Adinugraha et al., (2019); Rachim et al., (2021); Fani, (2021)). Hal ini didasarkan pada keinginan untuk mencapai gaya hidup sehat berdasarkan kepercayaan dari beberapa kelompok yang beragam di seluruh dunia. Secara umum halal merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan kehidupan dan pandangan hidup manusia. maksud makanan dan minuman halal mencerminkan kebaikan (tayib) pada setiap aspek lain seperti sehat, bersih, higienis, dan benar secara moral (Adinugraha et al., 2019). Khasiat makanan halal dan tayib itu sendiri antara lain: membawa kedamaian, kesehatan jasmani dan rohani, perlindungan Allah SWT, memperkuat iman dan taqwa, mencerminkan kejujuran dan sikap menerima, serta menuai keberkahan (Surahman, 2021).

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar memiliki permintaan produk halal yang sangat tinggi (Yusuf., (2021); Nurhasan et al., (2017); Adinugraha et al., (2019)). Didukung dengan laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)* atau MABDA bertajuk *The Muslim 500* edisi 2022, ada 231,06 juta penduduk Indonesia yang beragama Islam. Nilai belanja industri halal untuk makanan dan minuman halal mencapai \$1,24 triliun pada 2016 dan akan terus meningkat, mencapai \$1,93 triliun pada 2022 (Legowati & Albab, 2019). Industri halal memiliki potensi besar karena populasi Muslim Indonesia diperkirakan mencapai 256 juta jiwa pada tahun 2050. Adanya potensi yang menjanjikan ini juga akan mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, sehingga membuat reputasi Indonesia di dunia khususnya sektor industri halal semakin cemerlang untuk kemajuan negara. Akibatnya, pertumbuhan industri halal, khususnya industri keuangan, pariwisata dan fashion, mulai diakui prestasinya oleh dunia, kondisi geografis serta bonus demografinya, kemajuan teknologi, dan pengesahan Undang-Undang Produk Terjamin Halal No. 33 Tahun 2014 (Fathoni & Syahputri, 2020).

Banyak sekali manfaat dari mengkonsumsi produk Halal dan tayib karena diproses secara higienis. Keuntungan membeli makanan halal adalah terjaminnya standar kebersihan dan kesehatan, karena produksi dan prosesnya diatur, bebas dari bahan berbahaya, dan adanya jaminan terhadap cara penyembelihan hewan yang mempertimbangkan kesejahteraan hewan yang akan disembelih (Krishnan et al., 2017; Solikhah, 2018). Ada empat prinsip dalam mempromosikan gaya hidup halal, yaitu prinsip syariah, prinsip kuantitas karena tidak membiarkan kelebihan,

prinsip prioritas tidak membeli atau melakukan aktivitas berlebihan, dan prinsip moral sesuai akidah (Fadloli, 2021).

Generasi muda menjadi salah satu penyebab munculnya tren baru. Gaya hidup generasi muda seringkali meniru teman sebayanya, tidak realistis, dan cenderung boros menghamburkan uang sakunya (Faidah, 2016). Masyarakat Indonesia secara keseluruhan didominasi oleh kaum muda, yaitu berusia antara 18-22 tahun, usia ini di Indonesia paling banyak berada di jenjang perguruan tinggi atau yang berstatus sebagai mahasiswa. Menurut Quantainiah et al., (2013); Faidah., (2016) Gen Milenial kelahiran 1981-2000 (sekarang berada pada jenjang perguruan tinggi) menjadi target sasaran untuk strategi pemasaran khususnya makanan, yang membuat generasi milenial berperilaku konsumtif. Menurut hasil penelitian Jusmaliani et al., (2009); dan Fatkhurohmah., (2015) responden menyatakan sangat setuju bahwa mengkonsumsi makanan halal adalah penting, tetapi pemahaman konsep halal pada masyarakat Indonesia tergolong masih rendah.

Persepsi dari setiap individu tidaklah sama. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), persepsi adalah tanggapan langsung (penerimaan) terhadap sesuatu; penyerapan dan proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. Menurut Mindadari (2019) persepsi adalah tindakan penilaian dalam pemikiran seseorang setelah menerima stimulus dari apa yang dirasakan oleh pancaindranya. Stimulus tersebut kemudian berkembang menjadi suatu pemikiran yang akhirnya membuat seseorang memiliki suatu pandangan terkait sesuatu hal. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, yaitu latar belakang budaya, pengalaman masa lalu, nilai-nilai yang dianut, dan berita-berita yang berkembang (Kasali, 2007). Menurut Notoatmodjo (2010) persepsi seseorang akan memengaruhi sikap dan perilakunya, seperti dalam penelitian Lake et al. (2007) bahwa persepsi berhubungan secara bermakna dengan kebiasaan perilaku. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang persepsi mahasiswa agribisnis tentang makanan halal dan tayib dan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap makanan halal dan tayib.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode campuran dasar antara Kuantitatif dan Kualitatif (Mixed Methods). Jenis metode campuran dasar yang digunakan ialah Sekuensial Eksplanatori, yang artinya penerapan rancangan pendekatan kuantitatif dan kualitatif diterapkan secara berurutan. Teknik pengumpulan data dilakukan dalam dua fase, yakni penetapan sampling kuantitatif pada fase pertama, yang dilanjutkan

dengan penetapan narasumber yang *representative* untuk mendapatkan data kualitatif yang bisa melengkapi hasil kuantitatif (Creswell, 2016). Interpretasi hasil analisis data kuantitatif pada fase pertama membantu menjelaskan hasil analisis kualitatif pada fase kedua. Menurut Creswell et al., (2005); Creswell., (2017), penggabungan dua metode dalam sebuah penelitian dapat memberikan ruang kepada peneliti mendapatkan data yang lebih komprehensif, gambaran yang lebih terperinci tentang sesuatu masalah yang dikaji, dan sebuah hasil penelitian yang lebih kokoh dan berkualitas.

Penelitian dilakukan di Universitas Muhammadiyah Malang, khususnya program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Peternakan. Penentuan sampel menggunakan Teknik *cluster random sampling*. *Cluster random sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari populasi dengan cara melakukan randomisasi terhadap kelompok, bukan terhadap subjek secara individual (Azwar, 2013). Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini ialah mahasiswa aktif program studi agribisnis dan telah menempuh mata kuliah Manajemen Pangan Aman dan Halal. Jumlah populasi dalam penelitian ini ditemukan sebanyak 229 mahasiswa dengan menggunakan teknik cluster random sampling di dapatkan jumlah sampel untuk masing masing angkatan sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Populasi dan Sampel

No.	Angkatan	Populasi (orang)	Sampel (orang)
1	2019	113	56
2	2020	116	60
Jumlah		229	116

Sumber: Data diolah, 2022

Data Kuantitatif tahap pertama diambil menggunakan Kuesioner kepada 116 mahasiswa agribisnis. Metode analisis data yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap makanan halal dan tayib yang di analisis dengan Model analisis linear berganda yaitu :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n + e$$

Selanjutnya data kualitatif tahap kedua diambil kepada 6 orang sebagai narasumber untuk pengambilan data wawancara mendalam (*indepth interview*). Narasumber yang digunakan ialah 2 perwakilan mahasiswa dari Angkatan 2019, 2 mahasiswa perwakilan dari Angkatan 2020, kepala program studi Agribisnis, dan dosen pengampu mata kuliah Manajemen Pangan Aman dan Halal. Data tahap kedua ini bertujuan untuk mencari informasi terkait pengetahuan halal,

faktor sosial, faktor psikologis, dan sikap. Pengambilan informan tahap kedua penulis tentukan melalui teknik purposive.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Halalan thayyiban adalah makanan dan minuman yang dihalalkan dan mendatangkan kebaikan kepada manusia, tetapi tahap kebaikan tersebut bergantung kepada kesesuaiannya dengan diri individu yang bisa memberikan kesehatan tubuh dan akal. Makanan berperan aktif dalam pertumbuhan, mempertahankan hidup, dan proses reproduksi pada manusia. Woolf (2020) mengatakan bahwa seseorang tidak dapat berpikir dengan baik, mencintai dengan baik, atau tidur dengan baik jika belum makan dengan baik.

Mahasiswa merupakan termasuk dalam kelompok usia yang mengalami transisi dari masa remaja akhir menuju dewasa awal (Bakhtiar, 2020). Menurut Fernandes et.al (2015); Bernardo et.al (2018); Muharni, et. al (2015) mengungkapkan bahwa fase kehidupan sebagai mahasiswa merupakan periode perubahan dari kebiasaan makan bersama orang tua di rumah ke perencanaan dan penyediaan makanan secara lebih mandiri. Selain itu, mahasiswa yang tinggal sendiri cenderung lebih memilih mengonsumsi makanan yang sedang tren di usia remaja berupa makanan cepat saji untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Jauziyah et.al, 2021).

Persepsi Makanan Halal dan Tayib

Halal berarti diijinkan dan diperbolehkan oleh Allah, sedangkan haram berarti dilarang. Hukum memakan yang Halal menentukan makanan mana yang diperbolehkan dan makanan mana yang dilarang. Wahbah al-Zuhayli (1991) mengatakan, kata thayyiban yang dirujuk pada makanan, tidak mempunyai unsur syubhat, tidak berdosa (jika mengambalnya) dan tidak memiliki kaitan dengan hak orang lain.

Persepsi terhadap makanan halal dan tayib dari semua responden baik pada Angkatan 2019 maupun Angkatan 2020 sama, yaitu halal berdasarkan dalam kitab suci Al-Qur'an ada 5 poin yaitu mengonsumsi daging babi, alkohol, darah, bangkai, dan daging hewan yang disembelih tanpa mematuhi hukum/aturan dalam Islam, penjelasan ini sama dengan pengertian makanan halal dan tayib yang ada di mata kuliah Manajemen Pangan Aman dan Halal. Hal ini dikarenakan sebanyak 46% mahasiswa Angkatan 2019 dan 70% mahasiswa Angkatan 2020 yang menjawab bahwa Sekolah Dasar merupakan sumber pertama dalam mendapatkan pengetahuan halal pada Pendidikan formal. Didukung dengan pernyataan dari dosen pengampu mata kuliah Manajemen Pangan Aman dan Halal bahwa pengetahuan halal yang didapatkan pada Pendidikan formal hanya berupa sebuah pengertian dari suatu dalil tapi

tidak dijelaskan secara mendalam, adanya penjelasan secara mendalam ditemukan saat Pendidikan perguruan tinggi. Mungkin berbeda lagi dengan Pendidikan yang berbasis agama khususnya islam seperti pesantren. Hal ini didukung dengan konsep taksonomi bloom Pendidikan sekolah dasar (SD) berada pada tingkatan C1 (pengetahuan) dan perguruan tinggi berada pada tingkatan C4 (Menganalisis) hal ini jelaskan dalam lampiran Permenristekdi RI No.44 Tahun 2015 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.

Sebanyak 37% dari jawaban Angkatan 2019 dan 30% dari Angkatan 2020 setuju bahwa keluarga menjadi lembaga Pendidikan non-formal pertama untuk mendapatkan tentang pengetahuan halal dan tayib. Dosen pengampu mata kuliah juga membenarkan hal tersebut bahwa keluarga dan lingkungan berpengaruh terhadap persepsi setiap mahasiswa, seperti misalnya semakin kuat pemahaman kedua orang tua terhadap makanan halal dan tayib maka semakin kuat juga pemahaman mahasiswa tersebut terhadap makanan halal dan tayib. Seperti yang dikemukakan oleh salah satu pelopor ilmu jiwa anak menjelaskan pula betapa pentingnya pendidikan di dalam keluarga. Ia menganjurkan agar pendidikan anak-anak disesuaikan dengan tiap masa perkembangannya sedari kecilnya, dijelaskannya pendidikan manakah yang perlu diberikan kepada anak-anak mengingat masa perkembangan anak itu. Menurut Hasbullah (2012) Lingkungan keluarga merupakan lingkungan pendidikan yang pertama, karena dalam keluarga inilah anak pertama-tama mendapatkan didikan dan bimbingan. Juga dikatakan lingkungan yang utama karena sebagian besar dari kehidupan anak adalah di dalam keluarga sehingga didikan yang paling banyak diterima oleh anak adalah dalam keluarga.

Persepsi dalam pengertian paling luas adalah interaksi antara dunia atau lingkungan sekitar dan diri. Sedangkan dalam bentuknya paling sederhana, dunia atau lingkungan sekitar memberi kita kejadian-kejadian yang pada gilirannya akan memberi makna pada kejadian itu dengan menafsirkan dan bertindak berdasar kejadian itu (Sedayu et.al. 2021). Hal ini yang mendasari bahwa asal daerah menjadi salah satu alasan paling kuat sehingga terbentuknya persepsi pada mahasiswa. Didukung juga dengan pernyataan dari dosen pengampu mata kuliah bahwa asal daerah sangat berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa, seperti mahasiswa yang berasal dari daerah yang terkenal sebagai kota santri akan memiliki persepsi yang lebih kuat dari pada mahasiswa yang berasal dari daerah lain. Menurut pernyataan Kaprodi Agribisnis juga lingkungan sangat berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa, karena hingga saat ini masih ada

daerah-daerah di Indonesia yang memiliki budaya mengkonsumsi makanan yang termasuk dalam makanan non-halal. Aceh sebagai salah satu contohnya, disana daun ganja sangat umum untuk dijadikan sebagai bumbu masak, faktanya daun ganja termasuk ke dalam khamr. Menurut Jazairi (2015) khamr adalah segala makanan maupun minuman yang membuat seseorang mabuk, sehingga seseorang yang mengonsumsinya dapat hilang ingatan.

Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Agribisnis Terhadap Makanan Halal dan Tayib

1. Faktor Sosial

Hasil penelitian pada Angkatan 2019 nilai t hitung untuk variabel faktor sosial sebesar 2,936, sementara itu nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 2,00665. Maka t hitung (2,936) > t tabel (2,00665) dan nilai signifikansi (0,005 < 0,050), berarti faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi makanan halal dan tayib. Untuk hasil penelitian pada Angkatan 2020 nilai t hitung untuk variabel faktor sosial sebesar 2,047. Nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 2,00247, sehingga t hitung (2,047) > t tabel (2,00247) dan nilai signifikansi (0,045 < 0,05), berarti faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi makanan halal dan tayib.

Dari hasil regresi maka didapatkan koefisien regresi untuk Angkatan 2019 sebagai berikut:

$$Y = 10,450 + 0,618 X1$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai nilai 0,618 pada faktor sosial (X1) adalah bernilai positif, sehingga semakin tinggi nilai pengaruh sosial seseorang maka akan semakin tinggi pula nilai pemahaman terhadap makanan halal dan tayib.

Hasil analisis regresi untuk Angkatan 2020 sebagai berikut:

$$Y = 8,344 + 0,599 X1$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai nilai 0,599 pada faktor sosial (X1) adalah bernilai positif, sehingga semakin tinggi nilai pengaruh sosial seseorang maka akan semakin tinggi pula nilai pemahaman terhadap makanan halal dan tayib.

Faktor sosial pada penelitian ini meliputi latar belakang budaya, nilai-nilai yang dianut, dan lingkungan. Faktor-faktor sosial dan lingkungan merupakan faktor terpenting bagi pembentukan persepsi. Pengaruhnya apakah baik atau buruk tergantung kekuatan unsur pengaruh tiap-tiap individu. Faktor lain yang dapat menentukan persepsi adalah umur, tingkat pendidikan, latar belakang sosial ekonomi, budaya, lingkungan fisik, pekerjaan, kepribadian, dan pengalaman hidup individu (Robbins, 2003).

Budaya dan lingkungan asal (tempat tinggal) dapat mempengaruhi kebiasaan makan seseorang. Hal ini sesuai dengan penelitian Gazibara et.al (2013) bahwa mahasiswa yang bertempat tinggal dikos atau asrama cenderung memiliki kebiasaan makan yang tidak teratur dan jauh dari ukuran sehat dibandingkan dengan mahasiswa yang tinggal di rumah. Lingkungan pertemanan juga dapat mempengaruhi seseorang dalam memilih suatu makanan. Teman sebaya juga dapat memberikan pengaruh negatif maupun positif terhadap asupan makan dan pemilihan jenis makanan (Ruderet.al, 2019). Menerima makanan atau nasihat mengenai makanan dari teman-teman atau orang lain yang dipercaya akan diartikan sebagai bentuk penerimaan terhadap teman dan hubungan sosial (Prado et.al, 2017).

2. Faktor Psikologis

Hasil penelitian pada Angkatan 2019 nilai t hitung untuk variabel faktor psikologis sebesar 0,864, sementara itu nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 2,00665. Maka t hitung ($0,864 < t$ tabel ($2,00665$) dan nilai signifikansi ($0,392 > 0,050$), berarti faktor psikologis tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi makanan halal dan tayib. Untuk hasil penelitian pada Angkatan 2020 nilai t hitung untuk variabel faktor psikologis sebesar 1,197. Nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 2,00247, sehingga t hitung ($1,197 < t$ tabel ($2,00247$) dan nilai signifikansi ($0,236 > 0,05$), berarti faktor psikologis tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi makanan halal dan tayib.

Dari Penelitian Putri (2014) menyebutkan bahwa menurut William James persepsi terbentuk atas dasar data-data yang kita peroleh dari lingkungan yang diserap oleh indra kita, serta sebagian lainnya diperoleh dari pengolahan ingatan (memori) kita (diolah Kembali berdasarkan pengalaman yang kita miliki). Hal ini yang menjadi alasan bahwa faktor psikologis tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi seseorang.

3. Sikap

Hasil penelitian pada Angkatan 2019 nilai t hitung untuk variabel sikap sebesar 1,499, sementara itu nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 2,00665. Maka t hitung ($1,499 < t$ tabel ($2,00665$) dan nilai signifikansi ($0,140 < 0,050$), berarti sikap tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi makanan halal dan tayib. Untuk hasil penelitian pada Angkatan 2020 nilai t hitung untuk variabel sikap sebesar 1,885. Nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 2,00247, sehingga t hitung ($1,885 < t$ tabel ($2,00247$) dan nilai signifikansi ($0,065 > 0,05$), berarti sikap tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi makanan halal dan tayib.

Menurut Kotler (2002), sikap adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu objek atau gagasan. Menurut Robbins (2003), Faktor pelaku persepsi dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti sikap, motivasi, kepentingan atau minat, pengalaman dan pengharapan.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan :

1. Persepsi mahasiswa terhadap makanan halal dan tayib pada Angkatan 2019 dan 2020 memiliki hasil yang sama yaitu adalah halal berdasarkan dalam kitab suci Al-Qur'an Surah Al Baqarah ayat 168 ada 5 poin yaitu mengkonsumsi daging babi, alkohol, darah, bangkai, dan daging hewan yang disembelih tanpa mematuhi hukum/aturan dalam Islam.
2. Faktor sosial menjadi faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi makanan halal dan tayib. Faktor psikologis dan sikap tidak berpengaruh secara langsung terhadap persepsi makanan halal dan tayib. Hal ini karena faktor sosial terutama lingkungan dan keluarga menjadi faktor yang penting terhadap pengaruh persepsi seorang mahasiswa.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., Sartika, M., & Ulama'i, A. H. A. A. (2019). *Halal Lifestyle di Indonesia*. An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah, 5(2), 57-81.
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bakhtiar, Ary., Afwihi, M. Roja., Harpowo., Sudiby, Rahmad Pulung. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi Buah Dan Sayur Bagi Mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Malang*. JASc: Journal of Agribusiness Sciences, Vol 03 no 2.
- Bernardo GL, Jomori MM, Fernandes AC, Colussi CF, Condrasky MD, Proença RP da C. (2018). *Positive impact of a cooking skills intervention among Brazilian university students: Six months follow-up of a randomized controlled trial*. Appetite 247–55. 25.
- Creswell, J. W.& Clark, V.L.P., (2005). *Mixed Methods Research Designs in Counseling Psychology*. Journal of Counseling Psychology, Vol. 52(2), pp. 224.

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: Sage publications.
- Creswell, J.W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. California: Sage Publications.
- Fadloli, F., Widaningsih, W., & Chalim, A. (2021). *Halal Lifestyle Of Malang State Polytechnic Students*. In Seminar Nasional Gabungan Bidang Sosial (Vol. 3, No. 1).
- Faidah, C. (2016). *Perilaku Konsumsi Penduduk Usia Muda Ditinjau Dari Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Dan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)*. Skripsi. Program Ilmu Ekonomi. Universitas Brawijaya. Malang.
- Fani, D. E. H. (2021). *Pengaruh trend halal lifestyle terhadap minat menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram pada bank syariah*. Skripsi. Program Perbankan Syariah. Universitas Islam Negeri Mataram. Nusa Tenggara Barat.
- Fathoni, M. A., & Syahputri, T. H. (2020). *Potret Industri Halal Indonesia : Peluang dan Tantangan*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(03), 428–435.
- Fatkurohmah. (2015). *Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal*. Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta
- Fernandes AC, Oliveira RC, Rodrigues VM, Fiates GMR, Proença RP. *Perceptions of university students regarding calories, food healthiness, and the importance of calorie information in menu labelling*. *Appetite* 91:173–8. 24.
- Gazibara T, Kistic Tepavcevic DB, Popovic A, Pekmezovic T. *Eating habits and body-weights of students of the University of Belgrade, Serbia: A cross-sectional study*. *J Heal Popul Nutr*. 2013;31(3):330–3.
- Hasbullah. (2012). *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Jauziyah, Shofi Shofuro Al-, Nuryanto, Tsani, A. Fahmi Arif., Purwanti, Rachma. (2021). *Pengetahuan Gizi Dan Cara Mendapatkan Makanan Berhubungan Dengan Kebiasaan Makan Mahasiswa Universitas Diponegoro*. *Journal of Nutrition College*, Vol.10, No.1, 73
- Jazairi, S. A. B. J. A.-. (2015). *Minhajul Muslim (Terjemah)*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Jusmaliani dan H. Nasution. (2009). *Religiosity Aspect in Consumer Behaviour: Determinants of Halal Meat Consumption*. *Asean Marketing Journal* I(1): 1-12.
- Kasali, Rhenald. (1992). *Manajemen periklanan: Konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti.
- Kasali, Rhenald. (2007). *Manajemen Periklanan Konsep Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Grafiti, h. 23
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*, Prenhalinndo, Jakarta.
- Krishnan, et al. (2017). *Halal Food: Study on Non-Muslim Acceptance*. *American Journal of Economics*, 7(1): 41-45
- Lake, A.A., Hyland, R.M., Rugg-Gunn, A.J., Wood, C.E., Mathers, J.C., Adamson, A.J. (2007). *Healthy Eating: Perceptions and Practice (the ASH30 study)*. Elsevier, 48 (2): 176-182.
- Legowati, D. A. dan Albab, F. N. U. (2019). *Pengaruh Attitude, Sertifikasi Halal, Promosi dan Brand terhadap Purchase Intention di Restoran Bersertifikasi Halal*. *Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*. Vol. 2 No. 1. Pp. 39-53.
- Mindadari, Reni Lestari. (2019). *Persepsi Suporter Sriwijaya Fc Palembang Terhadap Berita Kematian Suporter Persija Jakarta*. Thesis. UIN Raden Fatah Palembang.
- Muharni, Mairyiani H, Ryanti S. (2015). *Perbedaan pola makan, aktivitas fisik dan status gizi antara mahasiswa indekos dan tidak indekos Poltekkes Kemenkes Riau*. *Jurnal Proteksi Kesehatan* 4(1):7–14.
- Navarro-Prado S, González-Jiménez E, Perona JS, Montero-Alonso MA, López-Bueno M, Schmidt-RioValle J. (2017). *Need of improvement of diet and life habits among university student regardless of religion professed*. *Appetite* 114:6–14.

- Nurhasah, S., Munandar, J. M., & Syamsun, M. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal Pada Konsumen*. Jurnal Manajemen dan Organisasi, 8(3), 250-260.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Promosi Kesehatan: Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT Rineka Cipta. Hal 59-61.
- Putri, Yenny Pebriani. (2014). *Terpaan Program Berita Reportase Investigasi di Trans TV terhadap Persepsi Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Tenggarong*. E Journal Ilmu Komunikasi, 2(3), 109-119.
- Quantaniah, Nur Aniza., Noreina., Nurul Syakinah. (2013). *Selecting Halal Food : A Comparative Study Of The Muslim And Non Muslim Malaysian Student Consumer*. 2nd International Conference on Technology Management , Business and Entrepreneurship
- Rachim, H. A., & Santoso, M. B. (2021). *Mengarusutamakan Halal Lifestyle: Antara Peluang dan Tantangan Kapasitas Perlindungan Sosial Dalam Trend Global*. AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan, 6(2), 151-161.
- Robbins, Stephen P. (2003). *Perilaku Organisasi*, Terjemahan, (Jakarta : PT Prenhalindo), hlm. 98.
- Ruder EH, Lohse B, Mitchell DC, Cunningham-Sabo L. (2019). Parent food and eating behavior assessments predict targeted healthy eating index components. *J Nutr Educ Behav* 51(6):711–8.
- Saufika A, Retnaningsih, Alfiasari. (2012). Gaya hidup dan kebiasaan makan mahasiswa. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen* 5(2):157–65.
- Sedayu, Agung; Siregar, Sasmita; Putra, Yudha Andriansyah; Rangkuti, Khairunnisa. (2021). *Persepsi Petani Cabai Merah Terhadap Penerapan Program CSR (Coorporate Social Responbility) PT Inalum Di Desa Lubuk Cuik Kecamatan Lima Puluh Kabupaten Batu Bara*. JASc: Journal of Agribusiness Sciences, Vol 04 no 2.
- Sholikhah, Wildan Aminatus. (2018). *Pengaruh Orientasi Religiusitas Terhadap Intensi Membeli Makanan Halal Pada Mahasiwa Muslim Universitas Muhammadiyah Malang*. Skripsi. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.
- Surahman, S. (2021). *Makanan Halalan Thayyiban Dalam Perspektif Masyarakat Jawa Islam*. ICONSYAL. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Wahbah al- Zuhayli. 1991. *al-Tafsîr al-Munîr ft al-‘Aqîdah wa al-Syari’ah wa al-Manhaj*, juz. 1&2 (Beirut: al-Fikr al-Mu’âsir), hlm. 73.
- Woolf, V. (2020). *A room of one's own*. London: Renard Press Ltd.
- Yusuf, W. M. (2021). *Analisis Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Selera Dan Persepsi Mengenai Harga Produk Halal Terhadap Konsumsi Makanan Halal (Studi Kasus pada Masyarakat Muslim di Kota Singaraja, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 9(2).