

Pengaruh Faktor Religiusitas dan Pengetahuan Islami Terhadap Konsumsi Produk Pangan Halal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman)

Fita Mardiani^{1✉}, Andi Martina Kamaruddin²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan oleh Fita Mardiani dengan judul “**Pengaruh Faktor Religiusitas dan Pengetahuan Islami Terhadap Konsumsi Produk Pangan Halal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman)**” di bawah bimbingan Andi Martina Kamaruddin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor religiusitas dan pengetahuan Islami terhadap keputusan konsumsi produk pangan halal di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, dengan sampel 98 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui google form yang disebar ke aplikasi WhatsApp. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi logistik ordinal, uji overall model fit, uji goodness of fit, uji nagelkerke r square, uji wald (uji parsial t). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas dan pengetahuan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumsi produk pangan halal di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.

Kata Kunci: Religiusitas, Pengetahuan Islami, Keputusan Konsumsi Produk Pangan Halal..

The Influence of Religious Factors and Islamic Knowledge on the Consumption of Halal Food Products (Study of Students at the Faculty of Economics and Business Mulawarman University)

Abstract

*This research was conducted by Fita Mardiani with the title “**The Influence of Religious Factors and Islamic Knowledge on the Consumption of Halal Food Products (Study on Students of the Faculty of Economics and Business, Mulawarman University)**” under the guidance of Andi Martina Kamaruddin. This research aims to determine the influence of religiosity and Islamic knowledge factors on the decision to consume halal food products among students at the Faculty of Economics and Business, Mulawarman University. The method used in this research is a quantitative research method. The population in this study were students from the Faculty of Economics and Business, Mulawarman University, with a sample of 98 respondents. The data collection technique uses a questionnaire via Google form which is distributed to the WhatsApp application. Data analysis techniques were carried out using validity tests, reliability tests, ordinal logistic regression tests, overall model fit tests, goodness of fit tests, Nagelkerke r square tests, Wald tests (partial t tests). The results of this research show that the variables of religiosity and Islamic knowledge have a positive and significant effect on the decision to consume halal food products among students at the Faculty of Economics and Business, Mulawarman University.*

Keywords: Religiosity, Islamic Knowledge, Decision to Consume Halal Food Products.

Copyright © 2024 Fita Mardiani, Andi Martina Kamaruddin

✉ Corresponding Author

Email Address: fitamardiiani23@gmail.com, andi.martina.kamaruddin@feb.unmul.ac.id

PENDAHULUAN

Kewajiban legalitas produk merupakan hal yang penting bagi semua konsumen, terutama bagi konsumen yang beragama Islam. Menurut regulasi Jaminan Produk Halal (JPH) berdasarkan Undang-undang Nomor 33 tahun 2014, setiap produk yang beredar di Indonesia harus memiliki sertifikat halal. Kewajiban memperoleh sertifikasi halal ini telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 39 tahun 2021 tentang Pelaksanaan Bidang Jaminan Produk Halal, dimulai dengan semua produk harus tersertifikasi halal pada tanggal 14 Oktober 2024 (bpjph.halal.go.id).

Jumlah UMKM di Provinsi Kalimantan Timur pada tahun 2023 tercatat sebanyak 460.111 unit berdasarkan Skala Usaha seperti usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah (katalog.data.go.id). Sedangkan jumlah produk UMKM di Provinsi Kalimantan Timur yang tersertifikasi halal hingga bulan Mei 2024 baru mencapai 6.572 UMKM. Hal ini akan terus di tingkatkan melalui seminar ekonomi dan keuangan syariah (niaga.asia, t.t.). Ini membuktikan masih rendahnya produk-produk UMKM yang tersertifikasi halal di Provinsi Kalimantan Timur.

Bagi individu yang taat beragama, pemahaman agama yang baik mendorong mereka untuk lebih selektif dalam memilih produk, termasuk memastikan produk tersebut halal. Semakin tinggi tingkat religiusitas dan pemahaman agama, semakin besar kemungkinan mereka memprioritaskan konsumsi produk halal. Keyakinan agama dan keinginan untuk meningkatkan kualitas hidup dan kehidupan, masyarakat Indonesia membutuhkan produk halal (Purnasari dkk., 2018).

Mahasiswa merupakan bagian dari masyarakat yang mengonsumsi semua makanan termasuk makanan yang halal. Terutama pada mahasiswa yang tinggal dilingkungan kampus. Mahasiswa relatif akan memilih produk makanan yang murah padahal produk tersebut belum terjamin kehalalannya. Begitupun pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman. Contoh produk pangan yang disediakan disekitar kampus yaitu ayam geprek, nasi goreng, ayam bakar, nasi campur, dan lain sebagainya (Alviah et al., 2018).

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman memiliki 9 Program Studi dengan jumlah mahasiswa sekitar 5.020 orang yang terdiri dari S1, S2, maupun S3. Dari jumlah tersebut, mahasiswa yang beragama muslim dan tinggal disekitaran kampus belum tentu memperhatikan kandungan makanan yang akan di konsumsi sudah terjamin kehalalannya. Sedangkan dalam agama Islam mengajarkan umat muslim agar menjauhi produk makanan yang tidak halal maupun masih diragukan kehalalannya. Makanan yang tidak halal juga akan memberikan akibat yang buruk bagi tubuh manusia seperti yang sudah dijelaskan di dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168, yaitu (Vristiyana, 2019):

Artinya: "Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata".

Kurangnya pemahaman tentang pentingnya makanan halal dari perspektif agama dan kesehatan. Mahasiswa mungkin belum sepenuhnya memahami dampak dari mengonsumsi produk yang tidak halal, sehingga mereka cenderung mengabaikan label halal saat memilih produk. Kepedulian mahasiswa muslim terhadap kehalalan produk mungkin terkait dengan pengetahuan agama mereka. Sifat religius mahasiswa muslim mendorong mereka untuk berhati-hati saat membeli dan menggunakan barang-barang yang kualitasnya diragukan. Namun, masih ada peluang untuk meningkatkan kesadaran halal seiring kemajuan teknologi komunikasi yang mendekati generasi milenial. Generasi Muslim milenial memerlukan lebih banyak upaya untuk mendidik konsumen dan produsen tentang produk halal (Nusran dkk., 2021).

Dengan hal ini peneliti merumuskan masalah apakah faktor religiusitas berpengaruh terhadap konsumsi produk pangan halal dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman? Dan apakah pengetahuan Islami berpengaruh terhadap konsumsi produk pangan halal dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman? Dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh faktor religiusitas pada konsumsi produk pangan halal dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman dan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan Islami pada konsumsi produk pangan halal dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman. Peneliti mengangkat judul **"Pengaruh Faktor Religiusitas dan Pengetahuan Islami Terhadap Konsumsi Produk Pangan Halal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman)"**.

Religiusitas

Hakim & Waluyo (2023) menyatakan religiusitas adalah lambang, keyakinan, nilai, dan perilaku yang terstruktur, semuanya berpusat pada hal-hal yang menjadi prioritas dalam diri. Religiusitas dapat dimanfaatkan bukan hanya untuk beribadah dengan doa dan shalat, tetapi juga untuk mendapatkan keberkahan saat menjalankan aktivitas harian atau menggunakan barang-barang untuk kebutuhan sehari-hari.

Pengetahuan Islami

Chaldun (2018) menyatakan Al-Qur'an menyebut kata "ilmu" sebanyak 854 kali dalam berbagai bentuknya. Kata ini digunakan baik untuk proses pencarian ilmu maupun objeknya. Dalam pandangan al-Qur'an, ilmu merupakan keistimewaan yang memungkinkan manusia untuk menjalankan tugas kekhalifahan dan menjadikan dirinya lebih unggul dari semua makhluk lain. Al-Qur'an mengatakan bahwa dengan izin Allah, manusia dapat memperoleh ilmu dan meningkatkannya. Oleh karena itu, banyak ayat yang meminta manusia untuk melakukan berbagai cara untuk mewujudkannya. Al-Qur'an berulang kali menekankan pentingnya pengetahuan tinggi.

Perilaku Konsumen

Kotler & Keller (2016) menyatakan perilaku konsumen terkait erat dengan keputusan yang diambil seseorang dalam memilih dan menggunakan barang dan jasa. Studi perilaku konsumen melibatkan cara orang, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan memanfaatkan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka.

Perilaku Konsumen Dalam Islam

Septimadona dkk (2023) menyatakan fokus ekonomi Islam terletak pada kepemilikan harta milik individu. Mencakup seluruh tindakan manusia terhadap harta, seperti mencari harta untuk memproduksi barang, menyimpan harta untuk mengumpulkan kekayaan, dan membelanjakannya untuk konsumsi. Menurut ekonomi Islam, perilaku konsumen sangat komperenshif dan mengutamakan etika mulai dari saat mereka memilih barang, menggunakannya, dan terakhir mendapatkan manfaat dari barang tersebut. Konsumen yang beragama Islam diminta untuk menghindari gaya hidup yang mengikuti nafsu "tidak boleh hidup bermewah-mewahan", yang dikenal sebagai Tarf. Islam sangat membenci Tarf karena menyebabkan azab turun dan merusak kehidupan umat.

Konsumsi

Siagian dkk (2023) menyatakan konsumsi dalam ekonomi Islam dilakukan untuk mencapai masalah, yang menjadi tujuan utama dari hukum syariah Islam. Tujuan utama konsumsi dalam Islam adalah untuk memenuhi kebutuhan, bukan untuk memenuhi keinginan atau mendapatkan kepuasan. Penting untuk memperhatikan manfaat konsumsi, bukan sekadar selera atau preferensi. Karena keinginan manusia tidak terbatas, sedangkan kebutuhan harus terus dipenuhi, keinginan manusia harus dibatasi.

Produk Pangan

Fitriyani dkk (2018) menyatakan pangan merupakan kebutuhan pokok bagi manusia. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2015, Pangan mencakup segala hal dari sumber daya alam pertanian, peternakan, hutan, perikanan, peternakan, air dan material lain yang ditetapkan sebagai minuman atau makanan untuk konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan makanan, bahan baku makanan, dan komponen lain yang digunakan dalam pengolahan, persiapan, dan produksi minuman atau makanan.

Halal

Susanti & Mashudi (2022) menyatakan halal berasal dari kata "halal", yang berarti "melepaskan", "tidak terikat", "dibolehkan", dan secara etimologi berarti hal-hal yang dapat dilakukan tanpa izin atau larangan. Menurut ajaran Islam, halal adalah sesuatu yang diperbolehkan. Ajaran ini memberikan arahan yang jelas dan rinci tentang cara mengonsumsi barang dan jasa agar mereka tidak terjerumus dalam keburukan yang akan mengirim mereka dan menghilangkan ridha Allah Swt.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berlandaskan positivisme (data konkrit). Data yang digunakan dalam penelitian terdiri dari nilai-nilai yang akan diukur untuk

mengidentifikasi spesifikasi permasalahan yang ingin dicapai guna mencapai kesimpulan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pada penelitian ini data primer melalui penggunaan kuisioner yang ditujukan langsung kepada responden yang mengonsumsi produk pangan halal dengan menggunakan skala likert dengan rentang 1 sampai 5 yang disesuaikan dari jawaban responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan ukuran sampel, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel ialah menggunakan rumus Slovin yang menghasilkan jumlah sampel sebanyak 98 unit sampel yaitu 98 responden mahasiswa dari 5020 mahasiswa. Pengambilan sampel pada penelitian ini ditentukan berdasarkan kriteria responden yaitu mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman dari angkatan 2022 hingga 2023. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik ordinal dan menggunakan *software Statistical Program for Social Sciene* (SPSS) versi 25 sebagai alat bantu untuk mengolah data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Tabel 1. Daftar Angkatan Responden

NO.	Angkatan	Responden	Persentase
1.	2022	47	47,96%
2.	2023	51	52,04%
	TOTAL	98	100%

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa dari 98 responden, sebanyak 47 orang (47,96%) merupakan angkatan 2022, sedangkan 51 orang (52,04%) merupakan angkatan 2023.

Tabel 2. Daftar Program Studi

NO.	Program Studi	Responden	Persentase
1.	S1-Manajemen	10	10,20%
2.	S1-Akuntansi	16	16,33%
3.	S1-Ekonomi Pembangunan	16	16,33%
4.	S1-Ekonomi Syariah	56	57,14%
	TOTAL	98	100%

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui dari 98 responden, sebanyak 10 orang (10,20%) merupakan mahasiswa Prodi Manajemen, 16 orang (16,33%) mahasiswa Prodi Akuntansi, 16 orang (16,33%) mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan, dan 56 orang (57,14%) mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah.

Tabel 3. Daftar Jenis Kelamin

NO.	Jenis Kelamin	Responden	Persentase
1.	Laki-laki	21	21,43%
2.	Perempuan	77	78,57%
	TOTAL	98	100%

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui dari 98 responden sebanyak 21 orang (21,43%) merupakan responden laki-laki, sedangkan pada perempuan berjumlah 77 orang (78,57%).

Uji Validitas

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas (X1)

No Item	Person Correlation	R tabel 5% (98) df = 98-2	Sig.	Keterangan
1.	0,628	0,167	0,000	Valid
2.	0,768	0,167	0,000	Valid
3.	0,662	0,167	0,000	Valid
4.	0,814	0,167	0,000	Valid
5.	0,532	0,167	0,000	Valid
6.	0,740	0,167	0,000	Valid

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui hasil uji validitas dari 6 item pernyataan untuk variabel religiusitas memiliki nilai pearson correlation yang signifikan. Berdasarkan nilai signifikansi $< 0,05$ dan ($r_{tabel} > r_{hitung}$) dimana r tabel untuk $n=98$ adalah 0,167. Sehingga variabel independen religiusitas sudah terbukti valid dan uji selanjutnya dapat dijalankan.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Islami (X₂)

No Item	Person Correlation	R tabel 5% (98) df = 98-2	Sig.	Keterangan
1.	0,722	0,167	0,000	Valid
2.	0,769	0,167	0,000	Valid
3.	0,784	0,167	0,000	Valid
4.	0,738	0,167	0,000	Valid
5.	0,771	0,167	0,000	Valid
6.	0,737	0,167	0,000	Valid
7.	0,717	0,167	0,000	Valid
8.	0,624	0,167	0,000	Valid

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui hasil uji validitas dari 8 item pernyataan untuk variabel pengetahuan Islami memiliki nilai pearson correlation yang signifikan. Berdasarkan nilai signifikansi $< 0,05$ dan ($r_{tabel} > r_{hitung}$) dimana r tabel untuk $n=98$ adalah 0,167. Sehingga variabel independen pengetahuan Islami sudah terbukti valid dan uji selanjutnya dapat dijalankan.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Konsumsi Produk Pangan Halal (Y)

No Item	Person Correlation	R tabel 5% (98) df = 98-2	Sig.	Keterangan
1.	0,753	0,167	0,000	Valid
2.	0,821	0,167	0,000	Valid
3.	0,827	0,167	0,000	Valid
4.	0,759	0,167	0,000	Valid
5.	0,860	0,167	0,000	Valid

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui hasil uji validitas dari 5 item pernyataan untuk variabel keputusan konsumsi produk pangan halal memiliki nilai pearson correlation yang signifikan. Berdasarkan nilai signifikansi $< 0,05$ dan ($r_{tabel} > r_{hitung}$) dimana r tabel untuk $n=98$ adalah 0,167. Sehingga variabel dependen keputusan konsumsi produk pangan halal sudah terbukti valid dan uji selanjutnya dapat dijalankan.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. 1 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N	Koefisien Cronbach's Alpha	Keterangan
Religiusitas (X1)	6	0,758	Reliabel
Pengetahuan Islami (X2)	8	0,875	Reliabel
Keputusan Konsumsi Produk Pangan Halal (Y)	5	0,858	Reliabel

Berdasarkan tabel 8 diatas, dinyatakan bahwa nilai Cronbach's Alpha menunjukkan hasil dari uji reliabilitas pada variabel religiusitas (X1), pengetahuan Islami (X2), dan keputusan konsumsi produk pangan halal (Y) lebih besar dari 0,6 ialah 0,758, 0,875, dan 0,858. Dalam ketentuan uji reliabilitas, maka semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Hasil Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Data pada penelitian ini dinyatakan fit karena terjadi penurunan nilai *-2 Log Likelihood* dari *Intercept Only* ke Final yaitu 62,046 ke 0,000 dengan tingkat signifikansi pada $p=0,000$. Artinya model dengan adanya variabel independen lebih baik dibandingkan dengan model yang hanya dengan *intercept*.

Hasil Menguji Kelayakan Model (*Goodness of Fit Test*)

Data pada penelitian ini regresi menunjukkan bahwa hasil uji *Goodness of Fit Test* diperoleh nilai chi-square signifikan sebesar $0,934 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi logistik ordinal cocok dengan data observasi.

Hasil Koefisien Determinasi (*Nagelkerke R Square*)

Data pada penelitian ini dinyatakan bervariasi karena nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,643 menunjukkan bahwa 64,3% variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 35,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Hasil Analisis Regresi Logistik

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Logistik

Parameter Estimates								
		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[KeputusanKonsumsi Produk Pangan Halal = 1,00]	-23.568	2341.220	.000	1	0.992	-4612.274	4565.139
	[KeputusanKonsumsi Produk Pangan Halal = 3,00]	-8.001	1.515	27.900	1	.000	-19.969	-5.032
	[KeputusanKonsumsi Produk Pangan Halal = 4,00]	-3.947	1.032	14.615	1	.000	-5.971	-1.924
Location	[Religiusitas=1,00]	-41.753	9193.479	.000	1	0.996	-18060.641	17977.135
	[Religiusitas=3,00]	-2.493	2.432	1.059	1	0.303	-7.242	2.255
	[Religiusitas=4,00]	-1.763	0,872	4.089	1	0.043	-3.472	-0.054
	[Religiusitas=5,00]	0 ^a	.	.	0	.	.	.

	[PengetahuanIslami=1,00]	0 ^a	.	.	0	.	.	.
	[PengetahuanIslami=3,00]	-2.555	1.523	2.816	1	0.093	-5.540	0.429
	[PengetahuanIslami=4,00]	-3.481	1.066	10.664	1	0.001	-5.570	-1.392
	[PengetahuanIslami=5,00]	0 ^a	.	.	0	.	.	.
Link function: Logit.								

Berdasarkan Tabel 9. diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai estimate religiusitas (Sangat Tidak Setuju=1) sebesar -41.753 dengan nilai signifikansi 0.996 > 0.05 dan nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikan α yaitu 0,05 sehingga menunjukkan mahasiswa yang cenderung tidak religius, tingkat konsumsi produk pangan halalnya atau tingkat kesetujuannya terhadap konsumsi produk pangan halal lebih rendah daripada mahasiswa yang religius.
2. Nilai estimate religiusitas (Netral=3) sebesar -2.493 dengan nilai signifikansi 0.303 > 0.05 dan nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikan α yaitu 0,05 sehingga menunjukkan Mahasiswa yang cenderung tidak religius, tingkat konsumsi produk pangan halalnya atau tingkat kesetujuannya terhadap konsumsi produk pangan halal lebih rendah daripada mahasiswa yang religius.
3. Nilai estimate religiusitas (Setuju=4) sebesar -1.763 dengan nilai signifikansi 0.043 < 0.05 dan nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikan α yaitu 0,05 sehingga menunjukkan Mahasiswa yang religius, tingkat kesetujuannya terhadap keputusan konsumsi produk pangan halal lebih tinggi daripada mahasiswa yang tidak religius.
4. Nilai estimate pengetahuan Islami (Netral=3) sebesar -2.555 dengan nilai signifikansi 0.093 > 0.05 dan nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikan α yaitu 0,05 sehingga menunjukkan Mahasiswa yang cenderung kurang memiliki pengetahuan Islami, tingkat konsumsi produk pangan halalnya atau tingkat kesetujuannya terhadap konsumsi produk pangan halal lebih rendah daripada mahasiswa yang memiliki pengetahuan Islami.
5. Nilai estimate pengetahuan Islami (Setuju=4) sebesar -3.481 dengan nilai signifikansi 0.001 < 0.05 dan nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikan α yaitu 0,05 sehingga menunjukkan Mahasiswa yang memiliki pengetahuan Islami, tingkat kesetujuannya terhadap keputusan konsumsi produk pangan halal lebih tinggi daripada mahasiswa yang tidak memiliki pengetahuan Islami.

Persamaan Regresi Logistik Ordinal

$$p1 = \frac{\text{Exp}(-3,947-1,763-3,481)}{1-\text{Exp}(-3,947-1,763-3,481)} = \frac{-9,191}{(1+9,191)} = -0,90187$$

Hasil Uji Wald

Tabel 10. Hasil Uji Wald (Uji Parsial t)

UJI Wald (Uji T)						
Coefficients						
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.219	1.744		1.846	0.068
	Religiusitas	0.353	0.083	0.370	4.258	.000
	Pengetahuan Islami	0.300	0.055	0.475	5.473	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Konsumsi Produk Pangan Halal						

Berdasarkan dari hasil tabel 4.15 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Persamaan yang dihasilkan adalah $Y = 3.219 + 0.353X_1 + 0.300X_2 + e$
2. Hasil uji hipotesis terhadap data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
 - a. Uji t terhadap variabel religiusitas (**X1**) diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 4,258 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Dikarenakan t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,258 > 1,986$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumsi produk pangan halal mahasiswa dengan demikian hipotesis kedua di terima. Dengan koefisien regresi sebesar 4,258.
 - b. Uji t terhadap variabel pengetahuan Islami (**X2**) diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 5,437 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Dikarenakan t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $5,437 > 1,986$ dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel pengetahuan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumsi produk pangan halal mahasiswa dengan demikian hipotesis ketiga diterima. Dengan koefisien regresi sebesar 5,437.

Pembahasan

Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Konsumsi Produk Pangan Halal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman

Berdasarkan hasil dari penelitian dikatakan religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan konsumsi produk pangan halal mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman tahun 2024. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,258 > 1,986$. sehingga jika dilihat dari uji t tersebut dikatakan bahwa hasil dari religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman tahun 2024. Hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara tingkat religiusitas atau keimanan seseorang dan kedekatan seseorang dengan Allah Swt. dengan keputusan mereka untuk menggunakan produk makanan halal. Semakin tinggi tingkat religiusitas dan kedekatan seseorang dengan Allah Swt., semakin besar kemungkinan untuk memilih produk makanan halal.

QS An-Nisa ayat 69 menekankan betapa pentingnya iman dan ketakwaan dalam menentukan pilihan hidup yang sesuai dengan ajaran agama. Hal ini juga disebabkan oleh sebagian besar mahasiswa yang menjadi responden berasal dari mahasiswa program studi Ekonomi Syariah yaitu sebesar 56 responden. Dalam program studi ekonomi syariah, mahasiswa memperoleh pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip ekonomi yang didasarkan pada hukum Islam, termasuk produk halal. Mereka juga mempelajari bagaimana mengelola, mengembangkan, dan memasarkan produk halal dengan cara yang sesuai dengan syariah serta memahami mekanisme keuangan syariah yang mendukung industri halal di seluruh dunia.

Berdasarkan teori yang disampaikan oleh (Hakim & Waluyo, 2023) Religiusitas dapat dimanfaatkan bukan hanya untuk beribadah dengan doa dan shalat, tetapi juga untuk mendapatkan keberkahan saat menjalankan aktivitas harian atau menggunakan barang-barang untuk kebutuhan sehari-hari

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh (Vristiyana, 2019) dengan Judul “Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal dan Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada Industri Makanan)” yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh secara positif terhadap produk halal dan akan meningkatkan minat seseorang muslim akan membeli produk halal.

Pengaruh Pengetahuan Islami Terhadap Keputusan Konsumsi Produk Pangan Halal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman

Berdasarkan hasil dari penelitian ini dikatakan bahwa pengetahuan Islami berpengaruh positif terhadap keputusan konsumsi produk pangan halal kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman tahun 2024. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $5,437 > 1,986$. Sehingga jika dilihat dari uji t tersebut dikatakan bahwa hasil dari pengetahuan Islami secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman tahun 2024. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman lebih cenderung menggunakan makanan halal karena pengetahuan Islami membantu mereka memahami pentingnya mengikuti ajaran Islam saat memilih makanan yang sesuai dengan syariat. Mereka

memilih produk yang halal berdasarkan pengetahuan ini tentang bahan dan proses produksi dan distribusi. Hal ini juga berpengaruh disebabkan oleh sebagian besar responden yaitu 56 responden pada penelitian ini merupakan mahasiswa program studi Ekonomi Syariah, tentunya mahasiswa pernah mempelajari pengetahuan mengenai produk pangan halal.

Menurut teori (Notoatmodjo, 2018) Pengetahuan adalah apa yang diketahui oleh manusia, alam, dan orang lain. Pengetahuan merupakan informasi yang diperoleh seseorang melalui panca inderanya (penglihatan, pendengaran, penciuman, perasaan, dan peraba) terhadap objek, di mana proses pembentukan pengetahuan dipengaruhi oleh persepsi dan fokus perhatian pada objek tersebut. Dalam Islam, pangan halal adalah semua jenis makanan yang diperbolehkan untuk dikonsumsi, sedangkan pangan haram adalah semua jenis makanan yang tidak diperbolehkan. Contoh haram antara lain darah, daging babi, bangkai, hewan bertaring atau buas, hewan yang mengerikan, hewan yang ada baik di darat maupun di udara, dan khamr (Al-Quran Surah Al Baqarah 219). Semua orang yang beragama Islam harus mengonsumsi makanan halal karena itu merupakan perintah Allah Swt. dan menjauhkan diri dari dorongan syaitan. Ini juga merupakan ciri-ciri seorang muslim yang beribadah kepada Allah Swt. Semakin mendalam pengetahuan seseorang tentang konsep agama yang dianut, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan untuk membeli produk makanan halal.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh (Nur Fadilah dkk., 2020) dengan Judul “Tingkat Pengetahuan dan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan Halal” yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan dalam keputusan pembelian makanan halal.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari pengumpulan data yang dilakukan selama penelitian mengenai pengaruh faktor religiusitas dan pengetahuan Islami terhadap konsumsi produk pangan halal (studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman), dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumsi produk pangan halal dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Tahun 2024.
2. Variabel pengetahuan Islami memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumsi produk pangan halal dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Tahun 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Alviah, A., Sugiarti, Y., Nuramalia Handayani, M., & Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri, P. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Mengenai Konsep Halal Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Teknologi Agroindustri Effects Of Knowledge About Halal Concept To Agroindustrial Technology Of Education Students' Lifestyle*. <http://ejournal.upi.edu/index.php/edufortech/indexEDUFORTECH3bpjph.halal.go.id>. (t.t.). Diambil 12 Juni 2024, dari <https://bpjph.halal.go.id/detail/produk-ini-harus-bersertifikat-halal-di-oktober-2024-bpjph-imbau-pelaku-usaha-segera-urus-sertifikasi-halal>
- Chaldun, I. (2018). *Ilmu dalam Perspektif Al-Qur'an retna Dwi Estuningtyas*.
- Fitriyani, Adyatma, S., & Kumalawati, R. (2018). Analisis Tingkat Ketahanan Pangan di Kabupaten Banjar Povinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Pendidikan Geografi*, Vol. 5(No. 3).
- Hakim, L., & Waluyo, A. (2023). Tingkat religiusitas, pengetahuan produk, dan sikap konsumen terhadap pembelian makanan dan minuman halal. *Journal of Halal Industry Studies*, 2(1), 49–65. <https://doi.org/10.53088/jhis.v2i1.373>
- katalog.data.go.id. (t.t.). Diambil 6 Juni 2024, dari <https://katalog.data.go.id/dataset/data-umkm/resource/122cf29c-53f9-4fb5-b80e-63375e541a02>
- Kotler, P., Armstrong, & Garry. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Erlangga.
- niaga.asia. (t.t.). Diambil 6 Juni 2024, dari <https://www.niaga.asia/kaltim-sudah-punya-6-572-umkm-bersertifikat-halal/>
- Notoatmodjo, S. (2018). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Nur Fadilah, T., Nur Alfianto, A., & Syubannul Wathon, S. (2020). Tingkat Pengetahuan dan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan Halal. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 18. <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK>
- Nusran, M., Haming, P., Prihatin, E., Hasrin, S. M., & Abdullah, N. (2021). Edukasi Gaya Hidup Halal di Kalangan Komunitas Generasi Milenial. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 1(2), 1–10. <https://doi.org/10.30653/ijma.202112.2>
- Purnasari, N., Hasyim, F., & Sabarisman, I. (2018). Menilai Tingkat Religiusitas dan Pengetahuan pada Perilaku Beli Generasi Muda Terhadap Produk Pangan Halal. Dalam *BISNIS* (Vol. 6, Nomor 2)
- Septimadona, Y., Dosen, M. E., Sulthan, S., Hasyim, S., Sri, S., & Riau, I. (2023). *Perilaku Konsumen Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Warga Komplek Perumahan Pemda Kelurahan Kampung Rempak Kecamatan Siak Kabupaten Siak)* (Vol. 02, Nomor 01).
- Siagian, T. R., Naufal, M., & Marpaung, Z. (2023). *Konsumsi Menurut Kacamata Islam*. 3.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.
- Susanti, S., & Mashudi. (2022). Analisis Pandangan Masyarakat Bangkalan terhadap Produk dengan Label Halal. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 6(1), 69–83. <https://doi.org/10.30762/istithmar.v6i1.33>
- Vristiyana, V. M. (2019). *Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk dan Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada Industri Makanan)*.