Vol. 4 No. 1 (2026) | e-ISSN: 3031-0946
Maximal Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya dan Pendidikan
https://malaqbipublisher.com/index.php/MAKSI

Pemahaman Mahasiswa STAIS Medan terhadap Label Halal pada Produk Konsumsi: Studi Kualitatif tentang Pengetahuan dan Praktik Pemilihan Produk

Abdul Halomoan
Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sumatera Medan
Email: Abdul10.halomoan@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemahaman mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Sumatera Medan (STAIS Medan) terhadap *label* halal dan penerapannya dalam keputusan konsumsi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data penelitian dikumpulkan melalui teknik *purposive sampling* dan wawancara mendalam berbasis pedoman semi-terstruktur, yang dilengkapi dengan dokumentasi pendukung. Proses analisis data menerapkan analisis tematik (*thematic analysis*) berdasarkan tahapan Braun dan Clarke (2006) guna mengeksplorasi sumber pengetahuan, penafsiran *label*, serta praktik pemilihan produk. Hasil analisis eksploratif awal menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa terbentuk melalui integrasi pengetahuan keagamaan, pembelajaran kampus, dan paparan media. Mahasiswa memaknai kehalalan berdasarkan prinsip syariah serta mengenali logo halal sebagai acuan visual utama, di samping mempertimbangkan variabel komposisi, merek, harga, dan kedaluwarsa. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya diferensiasi antara pengetahuan prinsip, pengenalan simbol, dan keterampilan verifikasi sertifikasi resmi. Secara akademis, studi ini memberikan dasar eksploratif bagi penguatan literasi halal terapan di lingkungan perguruan tinggi keagamaan Islam.

Kata Kunci: Pemahaman Mahasiswa, Label Halal, Produk Konsumsi, Studi Kasus, Literasi Halal.

PENDAHULUAN

Kehalalan produk merupakan aspek krusial dalam kehidupan seorang *Muslim* karena berkaitan langsung dengan penerapan ajaran agama dalam keputusan konsumsi. Islam memandang konsumsi bukan sekadar pemenuhan kebutuhan jasmani, melainkan tanggung jawab keagamaan. Landasan normatif konsumsi halal ini ditegaskan dalam Surah Al-Baqarah ayat 168, yang memerintahkan manusia untuk mengonsumsi produk yang halal dan *tayib*. Prinsip keagamaan tersebut menuntut pertimbangan cermat terhadap status kehalalan serta kualitas barang, bukan sekadar harga, selera, atau kepraktisan. Perkembangan industri modern menyebabkan jenis produk konsumsi semakin beragam, baik makanan, minuman, maupun kosmetik. Kondisi ini menuntut kemampuan konsumen dalam memahami informasi status kehalalan barang secara tepat. Kehadiran *label* halal menjadi sumber informasi penting, tetapi pemahamannya tidak boleh terbatas pada pengenalan simbol visual belaka. Konsumen juga harus memahami fungsi *label* dalam kaitannya dengan sertifikasi resmi demi menjamin keamanan konsumsi sesuai syariat (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019).

Penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia memiliki landasan hukum kuat melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014, yang kemudian diperbarui melalui Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja. Kerangka regulasi ini mengatur mekanisme sertifikasi dan pelabelan secara mengikat. Selain itu, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal menyediakan fasilitas pencarian sertifikat *online* untuk membantu masyarakat memverifikasi status produk melalui nama barang, nama pelaku usaha, atau nomor sertifikat. Ketersediaan fasilitas pemeriksaan digital ini bertujuan memberikan kepastian hukum serta perlindungan konsumen. Namun, ketersediaan regulasi dan sistem informasi tidak otomatis menjamin pemahaman konsumen yang memadai. Seseorang mungkin mengenali logo halal

pada kemasan, tetapi belum tentu memahami kedudukan sertifikasi atau cara mengeceknya secara mandiri. Penilaian konsumen kerap terdistraksi oleh *brand*, kemasan, promosi, serta istilah bernuansa keagamaan (Republik Indonesia & Republik Indonesia, 2023).

Respons konsumen terhadap *label* halal bersifat kompleks dan bervariasi tergantung pada konteks produk yang dikonsumsi. Kajian empiris menunjukkan bahwa pertimbangan kehalalan berinteraksi dengan persepsi merek serta tingkat harga dalam memengaruhi niat pembelian barang. Selain itu, analisis percakapan publik di *social media* dan survei konsumen mengonfirmasi bahwa informasi halal memainkan peran penting dalam perilaku konsumen *Muslim*. Meski demikian, studi kuantitatif terdahulu belum menjelaskan secara komprehensif bagaimana mahasiswa menafsirkan informasi halal dalam pengalaman konsumsi harian. Di sisi lain, konsep *halal food literacy* mencakup dimensi kesadaran, pengetahuan, keyakinan perilaku, dan kepercayaan terhadap *label*. Tinjauan sistematis terhadap 42 artikel ilmiah juga mengidentifikasi pengetahuan, sikap, kepercayaan pada otoritas halal, religiositas, serta lingkungan sosial sebagai faktor penentu perilaku. Hal ini menegaskan bahwa literasi halal merupakan konsep luas yang melampaui sekadar pengenalan simbol kemasan (Salehudin & Luthfi, 2011).

Lingkungan perguruan tinggi merupakan ruang akademis di mana mahasiswa memperoleh pengetahuan melalui pembelajaran formal dan interaksi sosial. Selain aktivitas perkuliahan, sumber informasi mahasiswa mengenai produk halal mencakup keluarga, teman sebaya, *platform digital*, serta pengalaman berbelanja di pasar modern maupun *e-commerce*. Keragaman sumber informasi tersebut membentuk pola pemahaman dan cara penilaian yang berbeda-beda antarindividu. Meskipun mahasiswa tergolong sebagai kelompok masyarakat terdidik, status akademis tersebut tidak menjamin bahwa mereka memahami prosedur sertifikasi halal secara tepat. Persoalan utama yang perlu ditelusuri adalah bagaimana pengetahuan tersebut diperoleh, dimaknai, dan diterapkan dalam keputusan konsumsi nyata. Kondisi ini sangat relevan dikaji pada mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Sumatera Medan (STAIS Medan). Lingkungan kampus Islam memberikan latar belakang keagamaan yang kuat, namun sejauh mana konteks pendidikan tersebut memengaruhi praktik pemilihan produk perlu dibuktikan secara empiris (Izza & Akbar, 2023).

Hubungan antara pengetahuan normatif dan praktik pemilihan produk konsumsi pada kenyataannya tidak selalu sejalan secara linear. Mahasiswa mungkin memahami kewajiban mengonsumsi produk halal, tetapi penerapannya dapat bervariasi sesuai situasi empiris yang dihadapi. Selain status kehalalan, pertimbangan praktis seperti harga, kualitas, ketersediaan barang, dan pengaruh rekomendasi sosial sering kali memengaruhi keputusan akhir. Ketika berhadapan dengan produk yang status kehalalannya ambigu, mahasiswa dapat menunjukkan sikap serta respons yang berbeda. Variasi perilaku ini perlu dipahami berdasarkan alasan dan pengalaman subjektif informan, bukan langsung dinilai sebagai kepatuhan atau ketidakpatuhan agama. Di samping itu, perkembangan teknologi memperluas akses informasi sertifikasi, tetapi ketersediaan layanan digital tidak otomatis berarti mahasiswa mampu memanfaatkannya secara optimal. Kredibilitas informasi dari media sosial juga menuntut sikap kritis sebelum mahasiswa mengambil keputusan untuk membeli suatu produk konsumsi (Khasanah & Sutikno, 2023).

Kajian ini mempertemukan perspektif pendidikan Islam dengan konsep literasi halal dan perilaku konsumen *Muslim* dalam konteks kehidupan nyata. Fokus utama penelitian bukan sekadar menguji apakah mahasiswa mengetahui kewajiban konsumsi halal, melainkan menelaah bagaimana mereka memaknai informasi, membentuk keyakinan, dan mengambil keputusan konsumsi sehari-hari. Berdasarkan penelusuran literatur terdahulu, topik *label* halal telah banyak diteliti melalui pendekatan kuantitatif mengenai niat beli dan kesadaran konsumen. Namun, penelusuran yang secara mendalam menggali pengalaman kualitatif mahasiswa di perguruan tinggi keagamaan Islam masih terbatas. Oleh sebab itu, penelitian ini

dirancang untuk mendeskripsikan 3 aspek utama, yaitu sumber pengetahuan mahasiswa, pemahaman terhadap *label* halal, dan penerapan pemahaman tersebut dalam memilih produk. Pemilihan pendekatan *qualitative research* dengan teknik *in-depth interview* memungkinkan peneliti memahami alasan di balik keputusan konsumen secara mendalam (Deti & Deti, 2025).

Kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada pengungkapan secara kualitatif mendalam mengenai konstruksi pemahaman *label* halal pada mahasiswa perguruan tinggi keagamaan Islam, yang mempertemukan pengetahuan normatif syariat dengan realitas praktik pemilihan produk harian. Berbeda dari penelitian terdahulu yang berfokus pada pengujian kuantitatif niat beli, penelitian ini menawarkan kebaruan konseptual dengan mengintegrasikan 3 aspek utama: artikulasi sumber pengetahuan, pemaknaan krusial terhadap *label* halal, serta konversi pengetahuan tersebut ke dalam tindakan konsumsi nyata. Penelitian ini bertujuan memberikan gambaran komprehensif mengenai cara mahasiswa STAIS Medan memaknai sertifikasi halal dan memanfaatkan layanan verifikasi produk. Secara akademis, temuan ini memperkaya literasi halal di lingkungan kampus Islam. Secara praktis, hasil penelitian ini menjadi rujukan bagi lembaga pendidikan dalam merancang edukasi konsumen yang responsif (*thematic analysis* berdasarkan model Braun & Clarke, 2006).

TINJAUAN TEORITIS

Konsep Literasi dan Pemahaman Halal

Literasi halal merujuk pada kapasitas individu dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi terkait kehalalan produk sebagai dasar pengambilan keputusan konsumsi. Konsep ini tidak terbatas pada pengetahuan normatif mengenai kewajiban umat Islam untuk mengonsumsi produk halal, tetapi juga mencakup kemampuan menginterpretasikan informasi pada kemasan, memahami peran label halal, serta mengidentifikasi sumber informasi yang kredibel untuk memverifikasi status kehalalan suatu produk (Khasanah et al., 2023).Khasanah, Dharmmesta, dan Sutikno (2023) mengembangkan kerangka konseptual literasi pangan halal yang mencakup dimensi dan pengukuran literasi halal. Kajian tersebut relevan karena memberikan landasan untuk melihat literasi halal sebagai kemampuan yang dapat dikaji secara lebih terstruktur, bukan hanya sebagai sikap positif terhadap produk halal. Sementara itu, tinjauan sistematis yang dilakukan Deti (2025) terhadap 42 artikel terindeks yang diterbitkan pada 2010–2024 mengidentifikasi pengetahuan, sikap, dan kepercayaan terhadap otoritas halal sebagai unsur penting dalam pembahasan kesadaran halal konsumen Muslim di Indonesia. Kajian tersebut juga menunjukkan bahwa praktik konsumsi halal berkaitan dengan religiositas, faktor sosial budaya, pendidikan keagamaan, dan konteks masyarakat.

Berdasarkan pemikiran tersebut, pemahaman halal dalam penelitian ini tidak diperlakukan sebagai satu kemampuan tunggal. Pemahaman mahasiswa perlu ditelusuri melalui beberapa aspek yang saling berkaitan, yaitu pengetahuan tentang makna halal, pemahaman terhadap fungsi label, kemampuan menilai informasi kehalalan, serta penerapan pengetahuan tersebut ketika memilih produk. Aspek-aspek tersebut berfungsi sebagai panduan awal untuk menyusun pertanyaan wawancara, bukan sebagai kategori yang harus dipaksakan kepada seluruh informan.

Dalam konteks mahasiswa STAIS Medan, pendekatan tersebut memungkinkan peneliti menggali perbedaan antara pengetahuan yang diperoleh melalui pembelajaran agama dan pengetahuan praktis yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa dapat memiliki pemahaman normatif yang baik mengenai konsumsi halal, tetapi cara mereka menggunakan informasi label saat membeli produk tetap perlu ditelusuri secara empiris. Oleh karena itu,

penelitian ini menempatkan pengalaman dan penjelasan mahasiswa sebagai sumber utama untuk memahami bagaimana literasi halal terbentuk dan diterapkan.

Label Halal dan Sertifikasi Halal

Label halal merupakan informasi pada produk yang berkaitan dengan status kehalalannya. Dalam sistem jaminan produk halal di Indonesia, label tersebut berkaitan dengan proses sertifikasi dan ketentuan yang ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menjadi salah satu landasan hukum utama, dengan perubahan ketentuan melalui peraturan perundang-undangan berikutnya, termasuk Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 (Republik Indonesia, 2014, 2023).

Secara konseptual, label halal perlu dibedakan dari sertifikat halal. Sertifikat halal merupakan bukti formal bahwa suatu produk telah memperoleh sertifikasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku, sedangkan label halal merupakan penandaan yang berkaitan dengan status tersebut. Pembedaan ini penting agar konsumen tidak menyamakan keberadaan simbol atau ungkapan bernuansa keagamaan pada kemasan dengan status sertifikasi yang dapat diverifikasi.

Penelitian Salehudin dan Luthfi (2011) menunjukkan bahwa respons konsumen Muslim terhadap label halal tersertifikasi berbeda menurut kategori produk dan situasi pembelian. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan policy capturing dengan berbagai skenario pembelian dan menganalisis respons konsumen terhadap informasi sertifikasi halal. Temuannya memperlihatkan bahwa label halal tidak selalu memiliki bobot pertimbangan yang sama dalam setiap konteks konsumsi.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kajian literasi halal perlu melampaui pertanyaan tentang perhatian mahasiswa terhadap label halal, dengan menelaah cara mereka menafsirkan informasi kemasan, membedakan label resmi dari klaim pemasaran, serta menyikapi informasi produk yang belum memadai. BPJPH menyediakan layanan pencarian sertifikat halal sebagai sumber verifikasi resmi. Namun, ketersediaan layanan tidak serta-merta membuktikan bahwa mahasiswa mengetahui atau memanfaatkannya. Oleh sebab itu, pemahaman dan penggunaan sumber resmi perlu ditelusuri melalui wawancara serta, jika memungkinkan, observasi praktik pemeriksaan informasi produk (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal [BPJPH], n.d.).

Pengetahuan Halal dan Praktik Pemilihan Produk Konsumsi

Pemilihan produk konsumsi merupakan proses yang melibatkan beragam pertimbangan. Selain status kehalalan, konsumen dapat memperhatikan harga, rasa, kualitas, merek, kemudahan memperoleh produk, pengalaman sebelumnya, serta rekomendasi dari lingkungan sosial. Dalam konteks konsumen Muslim, pertimbangan tersebut berinteraksi dengan nilai agama dan tingkat kepercayaan terhadap informasi yang tersedia.

Izza dan Akbar (2023) mengkaji niat membeli makanan berlabel halal di Indonesia melalui analisis percakapan publik dan survei konsumen. Hasil penelitian mereka menunjukkan adanya keterkaitan antara pengetahuan mengenai makanan berlabel halal dan niat pembelian. Namun, penelitian tersebut menggunakan pendekatan metode campuran serta analisis statistik untuk menguji hubungan antarvariabel. Oleh karena itu, temuannya tidak dapat langsung digunakan untuk menyimpulkan bagaimana mahasiswa STAIS Medan memahami label halal atau menerapkannya dalam perilaku sehari-hari.

Deti (2025) juga menemukan bahwa perilaku konsumsi halal dalam literatur Indonesia berkaitan dengan pengetahuan, sikap, kepercayaan terhadap otoritas halal, religiositas, dan lingkungan sosial budaya. Temuan ini memperlihatkan bahwa keputusan konsumsi tidak cukup dipahami hanya melalui satu faktor. Bagi penelitian kualitatif, perspektif tersebut dapat digunakan untuk menggali bagaimana mahasiswa menjelaskan alasan di balik pilihannya, sumber informasi yang mereka percaya, dan situasi yang memengaruhi keputusan mereka.

Penelitian ini membedakan pengetahuan mahasiswa tentang label dan sertifikasi halal dari praktik penerapannya dalam pemilihan produk. Mahasiswa dapat memilih produk berlabel

halal, memeriksa informasi tambahan, berkonsultasi, atau mempertimbangkan karakteristik produk. Beragam kemungkinan tersebut menjadi fokus eksplorasi, bukan temuan sebelum data lapangan diperoleh.

Penelitian Terdahulu dan Posisi Penelitian

Penelitian terdahulu diperlukan untuk mengetahui perkembangan kajian, pendekatan yang telah digunakan, serta ruang penelitian yang masih dapat dikembangkan. Berdasarkan sumber jurnal yang telah ditelusuri, beberapa penelitian relevan dapat dirangkum sebagai berikut.

Tabel 1. (Sumber Data Diolah Penulis)

Peneliti	Fokus dan pendekatan	Relevansi bagi penelitian ini
Salehudin dan Luthfi (2011)	Respons konsumen Muslim terhadap label halal tersertifikasi pada berbagai kategori produk, menggunakan policy capturing.	Menunjukkan bahwa pertimbangan terhadap label halal dapat berbeda menurut konteks produk.
Izza dan Akbar (2023)	Niat pembelian makanan berlabel halal, melalui analisis percakapan publik dan survei konsumen.	Memberikan gambaran tentang hubungan pengetahuan halal dan niat pembelian, tetapi bukan eksplorasi khusus mahasiswa STAIS Medan.
Khasanah et al. (2023)	Pengembangan kerangka konseptual, dimensi, dan skala literasi pangan halal.	Menyediakan landasan konseptual untuk menguraikan aspek literasi halal.
Deti (2025)	Tinjauan sistematis terhadap 42 artikel mengenai kesadaran halal dan perilaku konsumen Muslim di Indonesia.	Mengidentifikasi dimensi pengetahuan, sikap, kepercayaan, pendidikan agama, dan konteks sosial budaya serta menunjukkan adanya dominasi penelitian kuantitatif.

Berdasarkan perbandingan tersebut, kajian literasi halal telah berkembang melalui penelitian mengenai respons terhadap label, niat pembelian, pengembangan konsep literasi, dan pemetaan perilaku konsumen. Akan tetapi, temuan dari penelitian-penelitian tersebut tidak secara otomatis menjelaskan bagaimana mahasiswa pada satu perguruan tinggi Islam memahami dan menggunakan informasi label halal dalam kehidupan sehari-hari.

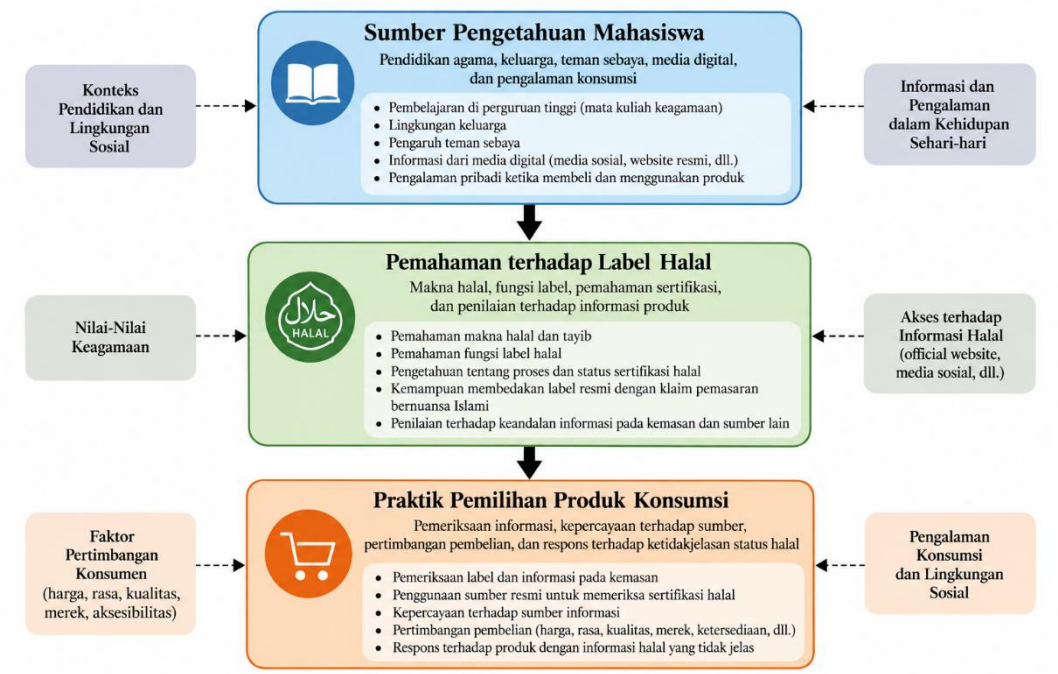
Oleh sebab itu, posisi penelitian ini diarahkan pada penggalian pengalaman mahasiswa STAIS Medan, dengan perhatian khusus pada tiga hal: pemaknaan terhadap label halal, sumber pengetahuan yang digunakan, dan penerapan pengetahuan ketika memilih produk konsumsi. Fokus ini membedakan penelitian dari kajian yang terutama mengukur hubungan antarvariabel atau mengembangkan skala literasi halal.

Kesenjangan penelitian ini masih bersifat sementara dan perlu dikonfirmasi melalui penelusuran literatur sistematis. Kebaruan penelitian tidak cukup bertumpu pada perbedaan lokasi, tetapi harus ditunjukkan melalui kontribusi baru dalam memahami pengalaman mahasiswa, proses pemaknaan label halal, atau konteks pendidikan di STAIS Medan.

Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual penelitian ini dibangun atas pemikiran bahwa pemahaman mahasiswa mengenai label halal terbentuk melalui interaksi antara pengetahuan keagamaan, informasi yang diperoleh, pengalaman konsumsi, dan lingkungan sosial. Pemahaman tersebut kemudian digunakan mahasiswa untuk menafsirkan informasi kehalalan produk dan mempertimbangkan pilihan konsumsi.

Kerangka ini tidak dimaksudkan sebagai model hubungan sebab-akibat yang harus diuji secara statistik. Dalam penelitian kualitatif, kerangka konseptual berfungsi sebagai panduan awal untuk mengarahkan pengumpulan dan interpretasi data, sekaligus tetap memberikan ruang bagi munculnya tema-tema baru dari pengalaman informan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Pada kerangka tersebut, sumber pengetahuan digunakan untuk menelusuri bagaimana mahasiswa memperoleh informasi mengenai halal. Pemahaman terhadap label halal menjadi fokus untuk mengidentifikasi cara mahasiswa menjelaskan arti simbol, fungsi sertifikasi, dan keandalan informasi yang ditemukan. Sementara itu, praktik pemilihan produk digunakan untuk mengetahui bagaimana pemahaman tersebut hadir dalam pengalaman konsumsi sehari-hari.

Ketiga komponen tersebut tidak diperlakukan sebagai tahapan yang selalu berlangsung secara linear. Pengalaman membeli produk dapat memperluas pengetahuan mahasiswa, sedangkan informasi baru dapat mengubah cara mereka menafsirkan label halal. Karena itu, peneliti perlu memperhatikan kemungkinan adanya hubungan timbal balik antara pengalaman, pengetahuan, dan praktik konsumsi.

Melalui kerangka ini, penelitian diharapkan dapat menjelaskan pemahaman mahasiswa secara kontekstual, termasuk variasi pengalaman, pertimbangan, serta kendala yang mereka hadapi. Hasil penelitian selanjutnya dapat digunakan untuk menilai relevansi kerangka konseptual tersebut dan memperbaikinya berdasarkan temuan empiris.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengkaji pemahaman mahasiswa terhadap label halal dan penerapannya dalam pemilihan produk konsumsi. Fokus kajian mencakup sumber informasi, penafsiran label, serta pertimbangan mahasiswa dalam menentukan pilihan produk di lingkungan STAIS Medan. Penelitian ini tidak bertujuan mengukur pemahaman mahasiswa secara statistik, melainkan memperoleh gambaran kontekstual mengenai pengalaman informan dalam memahami dan menerapkan prinsip halal pada konsumsi sehari-hari.

Lokasi dan Fokus Penelitian

Penelitian berlokasi di Sekolah Tinggi Agama Islam Sumatera Medan. Pemilihan lokasi didasarkan pada relevansi konteks perguruan tinggi Islam dalam mengkaji pemahaman mahasiswa mengenai konsumsi halal dan penerapan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Fokus penelitian ditetapkan berdasarkan tiga komponen utama dalam kerangka

konseptual, yaitu sumber pengetahuan mahasiswa, pemahaman terhadap label halal, dan praktik pemilihan produk konsumsi. Sebagai pelengkap, penelitian juga menggali refleksi mahasiswa mengenai kebutuhan penguatan literasi halal di lingkungan kampus.

Informan Penelitian dan Teknik Pemilihan Informan

Informan penelitian adalah mahasiswa STAIS Medan yang memiliki pengalaman membeli atau menggunakan produk konsumsi dan dapat menjelaskan pemahamannya mengenai label halal. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan secara sengaja berdasarkan kesesuaian karakteristik dan pengalaman informan dengan tujuan penelitian.

Kriteria informan yang disarankan meliputi:

1. Mahasiswa aktif STAIS Medan.
2. Memiliki pengalaman memilih atau membeli produk konsumsi.
3. Bersedia menjelaskan pengetahuan dan pengalamannya mengenai label halal.
4. Bersedia mengikuti wawancara dan memberikan persetujuan atas penggunaan data untuk kepentingan penelitian.

Dokumen wawancara yang tersedia saat ini memuat jawaban dua responden, dengan metode insidental. Kedua jawaban tersebut digunakan sebagai data awal untuk mengembangkan pemetaan konsep dan analisis tematik. Namun, jumlah tersebut belum dapat dinyatakan sebagai jumlah akhir informan penelitian karena kecukupan data perlu dinilai berdasarkan kedalaman informasi, variasi pengalaman, dan kebutuhan analisis.

Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam sebagai teknik utama. Pengumpulan data dapat dilengkapi dengan dokumentasi yang relevan untuk membantu memeriksa informasi yang disampaikan informan.

1. **Wawancara mendalam**

   Wawancara menggunakan pedoman semi-terstruktur berisi sepuluh pertanyaan terbuka yang mencakup sumber pengetahuan, pemahaman label halal, praktik pemilihan produk, dan penguatan literasi halal. Pertanyaan pendalaman digunakan untuk memperjelas pengalaman informan, termasuk kepercayaan terhadap label, verifikasi sertifikasi, dan pertimbangan saat status halal produk belum jelas. Data dicatat atau direkam setelah memperoleh persetujuan informan, kemudian ditranskripsikan secara akurat sebagai dasar pengodean dan analisis data.

2. **Dokumentasi**

   Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa catatan wawancara, pedoman pertanyaan, dan informasi produk yang relevan apabila tersedia serta memperoleh izin informan. Data tersebut berfungsi memperjelas konteks dan memeriksa konsistensi informasi. Observasi hanya dicantumkan sebagai teknik pengumpulan data apabila benar-benar dilaksanakan, mengingat dokumen yang tersedia saat ini hanya memuat jawaban wawancara.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan analisis tematik. Proses ini diarahkan untuk mengidentifikasi pola makna yang muncul dari jawaban informan, membandingkan pengalaman antarinforman, serta menyusun tema yang menjelaskan pemahaman mahasiswa terhadap label halal dan praktik pemilihan produk konsumsi. Analisis data dilakukan secara tematik melalui pembacaan transkrip, pengodean awal, pengelompokan kode, pembentukan tema, perbandingan antarinforman, dan interpretasi temuan. Proses ini mengacu pada tahapan Braun dan Clarke (2006), meliputi familiarisasi data, pengodean, pencarian dan peninjauan tema, penamaan tema, serta penyusunan laporan.

Sumber pengetahuan, pemahaman label halal, dan praktik pemilihan produk digunakan sebagai kategori awal. Pengodean tetap terbuka untuk mengidentifikasi tema baru yang muncul dari pengalaman informan.

Keabsahan Data

Keabsahan data dijaga melalui pemeriksaan kesesuaian antara transkrip dan hasil analisis, perbandingan jawaban antarinforman, serta dokumentasi proses pengodean. Peneliti perlu memastikan bahwa setiap interpretasi memiliki dasar yang jelas dalam pernyataan informan dan tidak melampaui informasi yang tersedia. Apabila pengumpulan data telah mencakup beberapa informan dan sumber yang relevan, triangulasi sumber dapat digunakan untuk membandingkan pengalaman mereka. Triangulasi teknik dapat diterapkan apabila data wawancara benar-benar dilengkapi dengan teknik lain, seperti dokumentasi atau observasi. Peneliti juga dapat melakukan member checking, yaitu meminta informan meninjau ringkasan atau interpretasi tertentu untuk memastikan bahwa makna pengalaman mereka tidak disalahartikan. Prosedur tersebut perlu dilaporkan sebagai bagian dari penelitian hanya apabila benar-benar dilaksanakan. Mengingat data yang tersedia baru berasal dari dua responden, hasil analisis awal perlu diperlakukan secara hati-hati. Kesamaan jawaban kedua informan tidak otomatis menunjukkan bahwa pola tersebut berlaku pada seluruh mahasiswa STAIS Medan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan ini menggunakan transkrip wawancara dua mahasiswa STAIS Medan. Analisis menafsirkan jawaban informan berdasarkan kerangka konseptual dan menguraikan implikasinya bagi literasi halal. Karena data masih terbatas, uraian berikut merupakan interpretasi awal atas pengalaman kedua responden, bukan gambaran yang dapat digeneralisasi kepada seluruh mahasiswa STAIS Medan. Kesimpulan dibatasi pada isi transkrip.

Pembentukan Pengetahuan Halal melalui Pendidikan Kampus dan Media

Kedua responden mengidentifikasi lingkungan kampus dan media sebagai sumber pengetahuan halal, terutama melalui perkuliahan dan paparan informasi di media sosial. Hal ini mengindikasikan bahwa pemahaman halal terbentuk melalui pendidikan formal dan akses informasi sehari-hari. Pembelajaran kampus berpotensi membangun landasan konseptual dan keagamaan, sedangkan media menyediakan informasi yang berkaitan dengan konsumsi. Namun, data wawancara belum menjelaskan secara terperinci materi perkuliahan, jenis media yang digunakan, maupun kredibilitas sumber informasi. Oleh karena itu, dominasi dan efektivitas masing-masing sumber belum dapat disimpulkan. Salah satu responden juga menilai pengetahuan halal bermanfaat dalam membedakan produk saat berbelanja. Meski demikian, penerapannya masih perlu ditelusuri melalui contoh produk dan alasan pengambilan keputusan. Temuan awal ini menunjukkan pentingnya edukasi halal yang tidak hanya memperkuat pemahaman keagamaan, tetapi juga keterampilan mengevaluasi informasi produk.

Pemahaman Label Halal: Antara Prinsip Keagamaan dan Pengenalan Logo

Kedua responden memahami halal melalui ketiadaan bahan yang dilarang, seperti babi atau unsur haram lainnya. Mereka juga mengandalkan logo halal resmi dan pemeriksaan kemasan untuk membedakan label resmi dari klaim bernuansa Islami. Temuan ini mencerminkan pemahaman normatif mengenai halal-haram dan pengenalan label sebagai petunjuk konsumsi. Namun, pengenalan logo belum membuktikan kemampuan memverifikasi sertifikat melalui sumber resmi. Data yang tersedia juga belum cukup untuk menilai pemahaman responden secara menyeluruh. Oleh karena itu, edukasi literasi halal perlu mengintegrasikan pemahaman prinsip syariah dengan keterampilan memeriksa sertifikasi dan mengevaluasi informasi produk secara kritis.

Praktik Pemilihan Produk dan Pertimbangan Konsumen

Kedua responden mempertimbangkan berbagai atribut dalam memilih produk, meliputi kemasan, komposisi, merek, dan harga, serta masa berlaku produk. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan konsumsi melibatkan sejumlah informasi yang dinilai relevan. Pemeriksaan komposisi berkaitan dengan kandungan produk, sedangkan masa berlaku membantu menilai kelayakan produk. Bagi konsumen Muslim, status halal menjadi pertimbangan yang berkaitan dengan keyakinan agama, bersama atribut lainnya. Namun, data wawancara belum menjelaskan urutan prioritas maupun cara responden menghadapi kendala harga dan ketersediaan. Oleh karena itu, belum dapat dipastikan bahwa label halal selalu menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan produk.

Kajian Salehudin dan Luthfi (2011) tentang respons terhadap label halal tersertifikasi menegaskan relevansi kategori produk dan situasi pembelian. Hal ini mendukung perlunya memahami pengalaman mahasiswa secara kontekstual, tanpa menganggap semua keputusan konsumsi sama. Pengalaman kedua responden mengindikasikan bahwa pemilihan produk melibatkan pemeriksaan informasi dan berbagai karakteristik. Penelitian lanjutan perlu menggali cara mahasiswa menentukan prioritas dan menerapkan prinsip halal dalam situasi berbeda.

Sikap terhadap Produk dengan Status Halal yang Tidak Jelas

Kedua responden menyatakan pernah menghadapi produk dengan status halal yang tidak jelas dan memilih tidak membelinya. Temuan awal ini menunjukkan bahwa ketidakjelasan informasi halal berkaitan dengan keputusan menghindari produk dalam pengalaman yang dilaporkan. Sikap tersebut dapat mencerminkan kehati-hatian ketika kesesuaian produk dengan prinsip agama belum dapat dipastikan. Alasan keputusan itu belum tergali. Transkrip tidak menjelaskan apakah responden memeriksa sumber resmi, hanya tidak menemukan logo, atau meragukan komposisi. Pembedaan ini penting karena ketiadaan label tidak otomatis membuktikan produk haram.

Keputusan tidak membeli menunjukkan respons terhadap ketidakpastian, tetapi belum menjelaskan proses penilaiannya. Konsumen mungkin memahami informasi yang tersedia atau justru belum memiliki akses maupun kemampuan untuk memeriksa status produk. Karena itu, kehati-hatian perlu dibedakan dari kemampuan verifikasi. Keduanya dapat beriringan, tetapi keputusan menghindari produk yang statusnya tidak jelas belum membuktikan bahwa mahasiswa mampu memeriksanya melalui layanan resmi. Edukasi kampus sebaiknya tidak hanya mendorong kehati-hatian, tetapi juga melatih mahasiswa memeriksa informasi secara tepat agar keputusan konsumsi bertumpu pada pemahaman, bukan sekadar ketidakpastian.

Peran Nilai Keagamaan dalam Penerapan Pengetahuan Halal

Kedua responden menjelaskan hubungan pengetahuan dan praktik konsumsi melalui sudut pandang berbeda. Salah satu menekankan peran informasi dan sosialisasi media dalam meningkatkan kewaspadaan terhadap produk nonhalal, sedangkan responden lainnya mengaitkan pilihan konsumsi dengan internalisasi ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pemahaman halal dapat dijelaskan melalui pengalaman dan kebiasaan yang beragam. Namun, data yang tersedia belum cukup untuk memastikan kesenjangan antara pengetahuan dan praktik. Diperlukan penggalian lebih mendalam mengenai alasan pengambilan keputusan dan penerapan nilai agama saat memilih produk. Dengan demikian, literasi halal perlu dikaji melalui keterkaitan antara ajaran agama, sumber informasi, dan pengalaman konsumsi.

Sosialisasi Halal sebagai Kebutuhan Penguatan Literasi Mahasiswa

Kedua responden mengusulkan sosialisasi untuk meningkatkan pemahaman produk halal. Responden pertama menyebut sosialisasi label halal, sedangkan responden kedua

mengusulkan sosialisasi produk. Kesamaan ini menunjukkan bahwa sosialisasi dianggap relevan, tetapi bentuk dan materi yang diharapkan belum terurai. Karena itu, usulan tersebut menjadi rekomendasi awal yang perlu disesuaikan dengan kebutuhan mahasiswa.

Berdasarkan tema awal wawancara, edukasi STAIS Medan dapat diarahkan pada tiga bidang:

1. Pertama, pemahaman label dan sertifikasi halal, termasuk fungsi label, perbedaan logo resmi dengan klaim pemasaran, serta makna informasi sertifikasi.
2. Kedua, keterampilan memeriksa informasi produk melalui sumber resmi dan menilai keterangan yang tercantum pada kemasan.
3. Ketiga, penerapan literasi halal dalam pemilihan produk melalui contoh yang mempertemukan status halal dengan komposisi, masa berlaku, kualitas, harga, dan informasi lain.

Ketiga bidang tersebut merupakan rekomendasi dari pola awal wawancara, bukan program yang efektivitasnya telah diuji. Pelaksanaannya membutuhkan pemetaan kebutuhan yang lebih luas dan penyesuaian dengan sumber daya kampus. Secara akademik, temuan kualitatif dapat membantu mengidentifikasi kebutuhan edukasi sesuai konteks. Kontribusi saat ini ialah menyediakan dasar awal bagi perancangan literasi halal, bukan membuktikan efektivitas program.

Sintesis Pembahasan dan Implikasi Penelitian

Dari dua transkrip, tampak empat pola awal: kampus dan media menjadi sumber pengetahuan; pemahaman berpusat pada prinsip halal-haram dan pengenalan logo; pemilihan produk mencakup pemeriksaan kemasan serta atribut lain; dan kedua responden mengusulkan sosialisasi. Pola tersebut sesuai dengan tiga komponen kerangka konseptual: sumber pengetahuan, pemahaman label, dan praktik pemilihan produk. Namun, data tidak membuktikan hubungan sebab-akibat ataupun menunjukkan bahwa pola tersebut berlaku pada mahasiswa lain. Kontribusi awal penelitian ialah membedakan pengetahuan tentang prinsip halal, pengenalan label, dan verifikasi sertifikasi. Ketiganya perlu dianalisis terpisah agar pemahaman mahasiswa tergambar lebih cermat dan edukasi dapat mencakup keterampilan praktis, bukan hanya penjelasan normatif.

Bagi STAIS Medan, temuan ini memberi alasan awal untuk mempertimbangkan edukasi yang menggabungkan pemahaman agama dengan keterampilan memeriksa informasi. Rekomendasi perlu dikembangkan setelah tersedia data yang lebih beragam. Keterbatasan utama ialah hanya dua informan dengan jawaban relatif ringkas. Karena itu, hasil tidak mewakili seluruh mahasiswa STAIS Medan. Wawancara tambahan diperlukan untuk memperdalam alasan pembelian, pengalaman verifikasi, dan variasi pemahaman. Dengan keterbatasan tersebut, penelitian ini menjadi pijakan awal untuk memahami bagaimana pengetahuan halal diterima, ditafsirkan, dan digunakan mahasiswa STAIS Medan. Kesimpulan dan rekomendasi yang lebih kuat membutuhkan data empiris yang lebih mendalam.

KESIMPULAN

Kesimpulan ini menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa STAIS Medan mengenai *label* halal terbentuk melalui integrasi antara pengetahuan keagamaan, pembelajaran di lingkungan kampus, serta paparan informasi dari media. Berdasarkan data eksploratif awal dari kedua informan, pemaknaan terhadap kehalalan produk dipahami melalui prinsip dasar halal-haram dan pengenalan logo halal pada kemasan, di samping mempertimbangkan variabel lain seperti komposisi bahan, kualitas kemasan, reputasi merek, harga, hingga masa berlaku produk. Temuan ini menegaskan pentingnya memisahkan antara pemahaman prinsip syariah secara normatif, kemampuan mengenali simbol visual *label*, dan keterampilan teknis dalam memverifikasi sertifikasi produk, sebab ketiganya merupakan aspek berbeda yang membutuhkan pendekatan edukasi terpadu.

Kesimpulan ini juga menggarisbawahi beberapa keterbatasan serta arah pengembangan untuk studi lanjutan dan implikasi praktisnya. Karena penelitian ini berlandaskan pada dua transkrip wawancara yang relatif ringkas, hasilnya belum dapat digeneralisasi ke seluruh populasi mahasiswa STAIS Medan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan memperluas subjek penelitian, mendalami alasan keputusan pembelian, serta menelusuri pemanfaatan fasilitas pemeriksaan resmi BPJPH saat menghadapi produk yang status halalnya ambigu. Bagi institusi STAIS Medan dan mahasiswa, temuan ini mendorong pentingnya peningkatan literasi halal yang tidak hanya berfokus pada ranah konseptual keagamaan, melainkan juga membekali keterampilan kritis dalam mengevaluasi serta memverifikasi keabsahan informasi produk konsumsi secara nyata di lapangan.

REFERENSI

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2023). *Cek produk halal*. https://bpjph.halal.go.id/cari/sertifikat

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Deti, S. (2025). Halal awareness and Muslim consumer behavior in Indonesia: A systematic literature review. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 4(1), 121–147. https://doi.org/10.59005/alkasb.v4i1.662

Izza, N. N., & Akbar, N. (2023). Uncovering halal label food purchase intention behavior in Indonesia: A Twitter analytics and SEM-based investigation. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 10(6), 551–570. https://doi.org/10.20473/vol10iss20236pp551-570

Kementerian Agama Republik Indonesia, Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. (2019). *Al-Qur'an dan terjemahannya: Edisi penyempurnaan 2019*. https://pustakalajnah.kemenag.go.id/detail/135

Khasanah, M., Dharmmesta, B. S., & Sutikno, B. (2023). Halal food literacy: Conceptual framework, dimension, and scale development. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 9(1), 74–90. https://doi.org/10.20885/JEKI.vol9.iss1.art6

Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*. https://peraturan.bpk.go.id/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014

Republik Indonesia. (2023). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang*.

Salehudin, I., & Luthfi, B. A. (2011). Marketing impact of halal labeling toward Indonesian Muslim consumer's behavioral intention based on Ajzen's planned behavior theory: Policy capturing studies on five different product categories. *ASEAN Marketing Journal*, 3(1), Article 3. https://doi.org/10.21002/amj.v3i1.2013