



Analisis Literasi Halal Dan Preferensi Produk Yang Diboikot Pada Mahasiswa Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

Amin Awal Amarudin¹, Novi Ria Ananta², Nurun Nisaul Khusna³,
Regita Juninda Berliani⁴, Sri Oktavianah⁵

^{1,2,3,4} Universitas KH.A. Wahab Hasbullah

Jl. Garuda No.9 Tambakberas Jombang Jawa Timur

Korespondensi Penulis : nurunnisaulkhusna@gmail.com

Abstract. College students, as a dynamic group developing their identity, are often the first to adopt new habits and styles. Therefore, it is important to know how students assess halal products and to what extent students avoid banned products. This research aims to determine students' knowledge about halal literacy and preferences for boycotted products. The results of the research show that the majority of KH University students. A. Wahab Hasbullah understands halal literacy, students look at halal products before consuming them and the majority of students are in the category of rarely consuming products that are considered boycotted. This research uses qualitative and quantitative methods.

Keywords: Halal Literacy, Students, Boycott Products

Abstrak. Mahasiswa, sebagai kelompok yang dinamis dan sedang mengembangkan identitas mereka, seringkali menjadi orang pertama yang mengadopsi kebiasaan dan gaya baru. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana mahasiswa menilai produk halal dan sejauh mana mahasiswa menghindari produk yang diboikot. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengetahuan mahasiswa tentang literasi halal dan preferensi produk yang di boikot, hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa Universitas KH. A. Wahab Hasbullah memahami literasi halal, para mahasiswa melihat ke halalan produk sebelum mengonsumsinya dan mayoritas mahasiswa termasuk kategori jarang mengonsumsi produk yang dianggap terboikot. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif.

Kata Kunci: Lierasi Halal, Mahasiswa, Produk Boikot

LATAR BELAKANG

Saat ini, Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Data dari Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) menunjukkan bahwa ada 237.53 juta orang, atau sekitar 86,9% dari populasi Indonesia saat ini. Data menunjukkan bahwa produk halal memiliki potensi yang sangat besar. Pertumbuhan jumlah penduduk yang terus meningkat berdampak pada peningkatan permintaan produk halal, yang harus diimbangi dengan peningkatan kesadaran dan literasi halal di masyarakat.

Sementara tingkat pengetahuan masyarakat tentang hukum halal masih rendah, literasi masyarakat tentang produk halal harus ditingkatkan. Mahasiswa, sebagai kelompok yang dinamis dan sedang mengembangkan identitas mereka, seringkali menjadi orang pertama yang mengadopsi kebiasaan dan gaya baru. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana mahasiswa menilai produk halal dan sejauh mana keinginan mereka untuk membeli produk tersebut terkait dengan aspek halalnya. Oleh karena itu, studi tentang analisis penilaian dan keinginan mahasiswa untuk membeli produk halal menjadi relevan, terutama di lingkungan akademik seperti Universitas KH. A. Wahab Hasbullah. Sebaliknya, kesadaran halal adalah

kewajiban seorang muslim dalam memahami tentang proses, dan kebutuhan untuk mengonsumsi makanan halal.

Pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang produk yang dikonsumsi disebut literasi halal. Tidak hanya label halal yang menentukan halal atau haramnya suatu produk, tetapi juga penting bagi pengguna untuk memahami apa yang mereka makan. Dengan menggunakan hukum Islam, seseorang dapat membedakan barang dan jasa yang halal atau haram. Literasi halal berasal dari pemahaman yang lebih baik tentang hukum Islam (syariah). Hal tersebut digunakan untuk membedakan barang dan jasa yang diizinkan (halal) dan yang terlarang (haram).

Label halal yang resmi dikeluarkan oleh badan resmi pemerintah diatur dalam Pasal 33 Ayat 1 UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal, MUI menetapkan kehalalan produk melalui sidang Fatwa Halal yang terdiri dari para pakar, unsur kementerian/lembaga, dan instansi yang terkait. Selain itu, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) bertugas untuk melakukan pengujian atau pemeriksaan terhadap suatu produk. Oleh karena itu, label halal yang dipasang pada produk tanpa melalui proses pemeriksaan oleh BPJPH dan disahkan oleh MUI bukanlah label halal yang sah.

Label produk berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi tentang nama produk dan daftar bahan yang terkandung di dalamnya, serta berat bersih, daya tahan, nilai, dan kegunaan, serta keterangan tentang halal. Keputusan Menteri Kesehatan dan Menteri Agama No. 427/MENKES/SKB/VIII/1985 mengatur pencantuman tulisan "halal". Makanan halal adalah semua jenis makanan yang tidak mengandung bahan atau komponen yang dilarang atau haram menurut hukum Islam. Selain itu, banyak barang yang tidak bersertifikat halal masih dijual di masyarakat. Dari semua produk palsu bersertifikat halal yang dijual di Indonesia, baru 59,1% berlabel halal MUI. Masyarakat harus lebih hati-hati dalam mengidentifikasi label halal pada produk. Menurut Lukmanul Hakim, Direktur LPPOM-MUI, banyak barang dengan label halal yang tidak asli saat ini. Jumlah produk yang diberi label halal palsu sangat besar, sekitar 40-50 % persen, dan produk-produk ini telah diregistrasikan sebagai aman dan sehat oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

Boikot adalah tindakan menolak atau tidak terlibat dalam kegiatan tertentu sebagai bentuk protes atau ketidaksetujuan terhadap seseorang, kelompok, kebijakan, atau tindakan tertentu. Boikot biasanya dilakukan secara kolektif atau berkelompok oleh sejumlah orang atau organisasi dengan tujuan untuk menekan atau memberikan dampak negatif secara ekonomi dan sosial terhadap sasaran boikot. Boikot dimaksudkan untuk memberi tekanan kepada pihak yang diboikot untuk mengubah kebijakan atau tindakannya. Boikot dapat berhasil jika dilakukan

secara massif oleh banyak orang dan dapat berdampak finansial atau citra negatif pada orang yang dituju.

Menurut pendapat Syeikh al- Qaradawi, ketua persatuan ulama Islam internasional, bahwa memboikot produk-produk buatan Israel dan Amerika adalah kewajiban bagi seluruh Muslim di seluruh dunia. Selain itu, beliau mengatakan bahwa bentuk jihad banyak ragamnya; Ada jihad melalui tangan, ada jihad melalui lisan, ada jihad melalui hati dan ada jihad melalui boikot; jika semua dapat memperlemah kekuatan musuh, memperlemah duri-durinya, dan berbagai sarana lain yang mampu dilakukan oleh setiap individu muslim untuk memboikot musuh maka lakukanlah.

KAJIAN TEORITIS

Literasi Halal

1) Pengertian Literasi Halal

Literasi halal adalah sebuah pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang produk yang mereka konsumsi. Tidak hanya label halal yang menentukan halal atau haramnya suatu produk, tetapi juga penting bagi konsumen untuk memahami produk tersebut. Ada yang berpendapat bahwa literasi halal berasal dari pemahaman yang lebih baik tentang hukum Islam yang digunakan untuk membedakan barang dan jasa yang diizinkan dan yang terlarang. Perbedaan kepatuhan ini disebabkan oleh tingkat literasi halal yang berbeda antara individu. Literasi halal, menurut penulis, adalah kemampuan untuk memilih barang dan jasa yang disarankan untuk dikonsumsi dan yang dilarang menurut agama islam.

2) Sertifikat Halal

Produk halal merupakan kebutuhan utama seorang muslim, oleh karena itu seharusnya didukung dengan adanya jaminan halal. Banyaknya produk yang beredar dimasyarakat tanpa adanya label halal, dapat merugikan berbagai pihak termasuk konsumen muslim itu sendiri. Berdasarkan data sertifikasi LPPOM MUI, dari 727. Label atau logo yang tercantum pada kemasan produk makanan dapat menunjukkan informasi tentang halal. Dengan memasang logo halal, produsen menunjukkan bahwa produknya telah melalui proses audit yang rumit. Beberapa jenis audit yang dilakukan termasuk pemeriksaan data yang diajukan, pemeriksaan proses produksi, pemeriksaan laboratorium, pengemasan, penyimpanan, transportasi, distribusi, pemasaran, penyediaan, dan penetapan sertifikasi halal Memiliki USP Investasi yang tidak mahal jika dibandingkan dengan peningkatan pendapatan yang dapat dicapai. Label tersebut juga sesuai dengan label halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Hal ini memberi konsumen kepercayaan bahwa produk tersebut benar-benar halal dari bahan baku

yang digunakan, hingga proses produksi, distribusi, dan apa yang ada di dalam kemasan. Sertifikasi halal dimaksudkan untuk memberikan jaminan kepada masyarakat atas produk yang akan mereka konsumsi.

3) Ketentuan Literasi Halal

Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal dan sesuai dengan syariat Islam. Sebenarnya, hukum asal segala sesuatu di dunia ini adalah halal, kecuali apa yang dilarang dalam Hadist dan Al-Qur'an. Seiring berkembangnya teknologi, produk-produk, terutama produk makanan dan minuman, mulai menimbulkan pertanyaan tentang keamanannya. Karena saat ini banyak produsen makanan dan minuman menggunakan bahan haram sebagai bahan baku untuk produk mereka. Selain itu, banyak perusahaan makanan dan minuman yang mengabaikan standar kebersihan dalam operasi mereka. Karena itu, Majelis Ulama Indonesia menetapkan bahwa semua produk olahan pada dasarnya adalah syubhat.

4) Landasan Hukum Mengenai Literasi Halal

Dalam Alquran, konsep dasar tentang halal dan haram telah ditetapkan untuk transaksi yang berkaitan dengan akuisisi, disposisi, dan jenis transaksi lainnya. Ada juga Hadits lain yang diriwayatkan At-Thabrani, bahawasanya Nabi Sholallahu'alaihi wasalam bersabda yang artinya: "Setiap tubuh yang tumbuh dari (makanan) yang haram, maka api neraka lebih utama baginya (lebih layak membakarnya)." (HR. At-Thabrani).

Preferensi Produk Yang Diboikot

1) Pengertian Boikot

Boikot adalah tindakan menolak atau enggan berpartisipasi dalam suatu kegiatan tertentu sebagai bentuk protes atau ketidaksetujuan terhadap individu, kelompok, kebijakan, atau tindakan spesifik. Biasanya, boikot dilakukan secara kolektif oleh sejumlah orang atau organisasi dengan maksud untuk memberikan dampak negatif, baik secara ekonomi maupun sosial, terhadap target boikot tersebut.

Contoh konkret dapat dilihat dalam boikot terhadap penyelenggaraan Olimpiade di negara yang terlibat pelanggaran HAM. Boikot dijalankan dengan harapan dapat memberikan tekanan yang cukup untuk mendorong pihak yang menjadi sasaran boikot agar mengubah kebijakan atau tindakan mereka. Menolak produk asing juga bisa diartikan sebagai wujud dukungan moral terhadap rakyat Palestina, karena hal ini dapat mengakibatkan penurunan pendapatan Israel dari penjualan produknya. Penurunan pendapatan tersebut, pada gilirannya, dapat membatasi kemampuan Israel untuk melakukan agresi terhadap rakyat Palestina.

Keseluruhannya, boikot produk asing memiliki potensi memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan produk lokal di Indonesia.

2) Hukum Produk Yang Diboikot

Dalam konteks krisis Israel-Palestina, Salih Lahidan menyatakan bahwa melakukan boikot terhadap produk Amerika, Inggris, dan Australia merupakan bagian dari jihad. Abdul Aziz al-Rajih juga menegaskan bahwa boikot dianggap sebagai suatu kewajiban. Fatwa dari Rabitah Ulama' Palestina menyatakan bahwa secara agama dan negara, wajib untuk berperang menggunakan segala cara yang diwajibkan oleh syariah melawan musuh, termasuk dalam hal ini adalah boikot terhadap produk Israel dan sekutunya yang dipimpin oleh Amerika Serikat. Mereka menganggap setiap pembelian produk tersebut akan berkontribusi pada upaya yang merugikan rakyat Palestina, termasuk dalam hal ini pembiayaan untuk peluru yang digunakan dalam membahayakan mereka. Majelis Ulama Indonesia telah mengeluarkan Fatwa Nomor 83 Tahun 2023 yang berkaitan dengan Hukum Dukungan terhadap Pejuang Palestina. Fatwa ini menyatakan bahwa memberikan dukungan terhadap perjuangan kemerdekaan Palestina dalam melawan agresi Israel dianggap sebagai sebuah kewajiban, sementara mendukung agresi Israel terhadap Palestina dinyatakan sebagai perbuatan yang haram.

3) Dampak Positif Produk Yang Di Boikot

Boikot produk asing juga dapat menjadi bentuk dukungan moral bagi rakyat Palestina. Hal ini disebabkan oleh adanya berkurangnya pendapatan Israel dari hasil penjualan produk-produknya. Penurunan pendapatan Israel dapat mengurangi kemampuannya untuk melakukan agresi terhadap rakyat Palestina. Di Indonesia, boikot produk asing, terutama yang pro-Israel, menjadi lebih populer dalam beberapa tahun terakhir. Boikot ini adalah cara untuk menyatakan ketidaksetujuan terhadap agresi Israel terhadap warga Palestina. Selain itu, diharapkan boikot produk asing ini akan berdampak positif pada pertumbuhan produk lokal di Indonesia. Produsen akan dapat meningkatkan produksi dan memperoleh keuntungan yang lebih besar, yang dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial mereka. Pertumbuhan produk lokal juga akan meningkatkan pendapatan masyarakat dan devisa negara, karena produsen dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja.

4) Alasan Produk Di Boikot

Gerakan boikot yang diserukan oleh kaum muslim seringkali muncul sebagai respon dari konflik yang terjadi di Timur Tengah. Oleh karenanya, konflik di Timur Tengah memunculkan adanya sentimen agama sehingga mendorong timbulnya boikot berbasis agama. Aktivis maupun tokoh agama Islam yang mendukung boikot mengaitkannya dengan kewajiban agama yang diperoleh dari sumber hukum agama seperti fatwa. Fatwa tentang boikot

didasarkan pada ayat-ayat Alquran yang melarang umat Islam berpartisipasi dalam kegiatan apa pun yang dapat mengorbankan orang lain.

5) Beberapa Produk Yang Dianggap Diboikot

No	Nama Produk	Jenis	Perusahaan
1	Aqua	Minuman	PT Aqua Golden Mississipi
2	kfc	Makanan	KFC
3	Pepsodent	Pasta gigi	Unilever
4	Rinso	Deterjen	Unilever
5	Oreo	Makanan	PT Mega Global Food Industry
6	lifeboy	Sabun	Unilever
7	sunsluk	Sampo	Unilever
8	Magnum	ice cream	Unilever
9	Milo	Susu	Nestle
10	Royco	penyedap rasa	Unilever
11	Clear	sampo	Unilever
12	Citra	body lation	Unilever
13	Buavita	minuman	Unilever
14	Closeup	Pasta gigi	Unilever
15	Molto	pewanggi	Unilever
16	Pond's men	sabun wajah	Unilever
17	Rexona	deodorant	Unilever
18	Sunlight	sabun cuci piring	Unilever
19	Pentene	sampo	PT Procter & Gamble
20	Lux	sabun	Unilever

Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun judul penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Muhammad Risqi Fauzan Septiazi, Nina Yuliana (2023), Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Gerakan Boikot	Metode penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif, data di kumpulkan melalui wawancara, survei dan	hasil gerakan boikot mempengaruhi perilaku konsumen, terutama dalam pemilihan produk dan merek. Faktor budaya, agama, dan pandangan etnosentris menjadi penentu utama	Membahas boikot terhadap produk Israel di Indonesia, penelitian dilakukan pada tahun 2023, metode penelitian menggunakan	Membahas boikot terhadap produk Israel di Indonesia, penelitian dilakukan pada tahun 2023, metode penelitian menggunakan pengumpulan data

	Prodk Israel Di Indonesia	analisis konten media sosial	dalam keputusan konsumen untuk mendukung atau menghindari produk-produk tertentu	kualitatif pengumpulan data menggunakan wawancara	menggunakan wawancara
2	Oktavia Muhammad Riziq Noval, Rizka Hanipah, Melani Fitriya 2023 Pengaruh Dampak Boikot Produk Amerika Terhadap Perokonomian Indonesia	perbedaan metode penelitian menggunakan kualitatif saja, pengumpulan data menggunakan studi literatur	Tindakan boikot menekan pertumbuhan ekonomi dengan mengurangi permintaan dan meningkatkan pengangguran. Terlebih lagi, di satu sisi, langkah tersebut tidak akan berpengaruh karena hubungan ekonomi antara Indonesia dan Amerika Serikat disahkan oleh organisasi perdagangan regional dan internasional	Membahas pemboikotan, penelitian dilakukan 2023, metode penelitian menggunakan kualitatif	Metode penelitian terdahulu menggunakan kualitatif saja sedangkan metode penelitian saat ini menggunakan kualitatif dan kuantitatif, pengumpulan data penelitian terdahulu menggunakan studi literatur sedangkan saat ini menggunakan wawancara, kuisioner
3	Chintia Indah Mentari, Fitri Wahyuni, Putri Rahmadani, Wahyu A. Rindiani 2023 Dampak Positif Boikot Produk Asing Bagi Pertumbuhan Produk Lokal (Indonesia)	Metode penelitian kualitatif Data dikumpulkan melalui telaah Pustaka dan wawancara	Produk lokal mengalami peningkatan penjualan signifikan. Boikot produk asing ini secara tidak langsung berdampak pada kemajuan perekonomian Indonesia melalui pertumbuhan industri produk dalam negeri.	persamaan penelitian dilakukan 2023, membahas pemboikotan produk israil, menggunakan metode kualitatif pengumpulan data menggunakan wawancara.	Perbedaan penelitian terdahulu objek penelitian masyarakat luas sedangkan saat ini objek penelitiannya mahasiswa unwa, metode penelitian terdahulu menggunakan kualitatif saat ini menggunakan kualitatif, kuantitatif

			Dengan demikian, boikot produk asing dapat memberi manfaat positif untuk Indonesia dan sekaligus mendukung perjuangan kemerdekaan Palestina.		
--	--	--	---	--	--

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti. Dalam pengambilan data kualitatif jenis yang digunakan adalah data primer melalui wawancara. Kemudian penelitian ini menggunakan teknik sampling yang digunakan dalam pengambilan data kuantitatif, Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah random sampling.

Penelitian ini dilakukan pada 4 Januari 2024. Subjek pada penelitian ini adalah 20 responden dari 5 fakultas yang ada di Universitas KH. A Wahab Hasbullah. Teknik pengumpulan data berupa wawancara dan penyebaran kuesioner, setiap responden diberi dua pertanyaan wawancara tentang pemahaman literasi halal dan kuesioner tentang preferensi produk yang diboikot. Setelah responden selesai menjawab wawancara dan kuesioner peneliti mengelompokkan jawaban responden dan mengolah data yang diperoleh untuk memperoleh hasil dari data yang telah dikumpulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Cara menggumpulkan data kualitatif dengan wawancara sedangkan kuantitatif menggunakan kuesioner. Rentang waktu penelitian ini dari bulan desember 2023 sampai dengan bulan januari 2024.

1. Literasi Halal

a) Cara responden memilih produk.

10 responden memilih produk dengan cara melihat kehalalannya, sedangkan 3 responden memilih dengan cara melihat harga kemudian 2 responden memilih yang sesuai dengan yang mereka minati, 5 responden memilih barang yang berkualitas.

b) Presepsi mahasiswa terhadap produk yang halal dan yang haram.

15 responden dapat membedakan produk yang halal dan haram dengan melihat logo halal sedangkan 5 responden melihat dampak positif.

c) Motif/alasan produk diharamkan.

5 responden menganggap produk diharamkan karena melanggar agama islam, kemudian 13 responden mengatakan bahwa produk tersebut mengandung barang yang haram, sedangkan 2 responden menganggap jika tidak ada sertifikat halal maka produk diharamkan

d) Akibat produk yang diharamkan.

menurut 14 responden produk tersebut diharamkan karena dapat mengganggu kesehatan sedangkan 5 responden mengatakan akibat dari mengonsumsi produk haram ialah mendapat dosa dan 1 responden berpendapat bahwa mengonsumsi produk haram akan membuat konsumen rugi.

e) Cara menghindari bahan tambahan yang mungkin tidak halal dalam produk.

13 responden berpendapat cara menghindari barang tambahan tersebut dengan cara membaca komposisi, kemudian 7 responden berpendapat untuk tidak membeli produk yang mengandung bahan tambahan yang mungkin tidak halal.

f) Cara memilih tempat yang menyediakan makanan halal di negara lain.

8 responden berpendapat bahwa cara memilih tempat tersebut adalah dengan mencari informasi terlebih dahulu, sedangkan 8 responden memilih tempat yang penjualnya islam dan 4 responden mencari tempat yang sudah ada label halal.

g) Pentingnya mengonsumsi produk halal.

7 responden mengatakan mengonsumsi produk halal adalah perintah agama kemudian 9 responden mengatakan mengonsumsi produk halal itu penting bagi kesehatan, 2 responden lain mengatakan agar mendapat barokah sedangkan 2 responden mengatakan bahwa produk yang halal itu kualitasnya baik.

h) Cara mengatasi jika tidak ada resto halal di negara lain.

10 responden berpendapat bahwa mereka akan membuat makanan sendiri sedangkan 5 responden berusaha tetap mencari, dan 5 responden berpendapat lebih baik membawa produk halal dari negara sendiri.

i) Peran sertifikat dalam industri produk halal.

11 responden berpendapat bahwa sertifikat itu penting dalam industri produk halal untuk mengetahui bahwa makanan itu halal, sedangkan 4 responden berpendapat untuk menunjukkan bahwa produk tersebut baik dikonsumsi dan 5 responden berpendapat untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.

2. Preferensi Produk Yang Diboikot

Tabel responden pada pengguna produk yang dianggap diboikot:

No. Res	Barang yang dianggap diboikot										jumlah skor.	Skor %	Kategori
	Aqua	KFC	Pepsodent	Rinso	Oreo	Lifabow	Suslik	Magnum	Milo	Royco			
1	4	5	2	4	2	4	5	5	2	2	35	70%	JM
2	2	4	2	4	2	4	4	4	2	2	30	60%	KKM
3	1	5	1	2	3	2	5	4	4	1	28	56%	KKM
4	2	4	2	4	3	3	4	4	3	2	31	62%	JM
5	2	5	2	5	5	2	3	3	2	5	34	68%	JM
6	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49	98%	TM
7	4	3	2	4	5	4	5	4	2	1	34	68%	JM
8	2	4	4	4	1	4	4	4	4	2	33	66%	JM
9	2	3	2	4	4	2	2	5	4	3	31	62%	JM
10	3	5	1	4	4	3	4	5	5	2	36	72%	JM
11	2	5	2	3	4	3	5	5	4	3	36	72%	JM
12	2	5	1	3	4	3	5	5	4	1	33	66%	JM
13	2	4	2	2	4	5	2	4	4	2	31	62%	JM
14	3	1	2	2	4	5	5	4	3	4	33	66%	JM
15	1	4	2	1	4	3	3	5	2	1	26	52%	KKM
16	4	3	2	5	4	5	5	5	3	2	38	76%	JM
17	3	5	4	5	4	5	5	5	4	2	42	84%	TM
18	1	4	2	5	1	5	4	5	4	4	35	70%	JM
19	1	4	5	5	1	5	5	3	1	5	35	70%	JM
20	4	5	1	5	5	2	5	5	5	3	40	80%	JM

Keterangan :

JM : Jarang mengonsumsi

KKM : kadang-kadang mengonsumsi

TM : tidak mengonsumsi

Skor	Pengukuran sikap	Presentase
5	Tidak mengonsumsi	81%-100%
4	Jarang mengonsumsi	61%-80%
3	Kadang-kadang mengonsumsi	41%-60%
2	Sering mengonsumsi	21%-40%
1	Tetap mengonsumsi	0%-20%

Dari kuisioner yang disebar oleh peneliti kepada responden dapat disimpulkan bahwa mahasiswa UNWAHA masih banyak yang jarang mengonsumsi, minoritas mahasiswa Universitas UNWAHA kadang-kadang mengonsumsi dan sudah tidak mengonsumsi produk yang dianggap terboikot rinciannya adalah sebagai berikut :

Jarang mengonsumsi terdapat 15 respondent :

- 1) Responden 1 dengan skor 35 dan presentase 70%
- 2) Responden 4 dengan skor 31 dan presentase 62%
- 3) Responden 5 dengan skor 34 dan presentase 68%
- 4) Responden 7 dengan skor 34 dan presentase 68%
- 5) Responden 8 dengan skor 33 dan presentase 66%
- 6) Responden 9 dengan skor 31 dan presentase 62%
- 7) Responden 10 dengan skor 36 dan presentase 72%

- 8) Responden 11 dengan skor 36 dan presentase 72%
- 9) Responden 12 dengan skor 33 dan presentase 66%
- 10) Responden 13 dengan skor 31 dan presentase 62%
- 11) Responden 14 dengan skor 33 dan presentase 66%
- 12) Responden 16 dengan skor 38 dan presentase 76%
- 13) Responden 18 dengan skor 35 dan presentase 70%
- 14) Responden 19 dengan skor 35 dan presentase 70%
- 15) Responden 20 dengan skor 40 dan presentase 80%

Kadang-kadang mengonsumsi terdapat 3 respondent :

- 1) Responden 2 dengan skor 30 dan presentase 60%
- 2) Responden 3 dengan skor 28 dan presentase 56%
- 3) Responden 15 dengan skor 26 dan presentase 52%

Tidak mengonsumsi terdapat 2 respondent:

- 1) Responden 6 dengan skor 49 dan presentase 98%
- 2) Respondent 17 dengan skor 42 dan presentase 84%

Dalam kuesioner penelitian ini penulis mengukur sikap respondet dengan skor dan presentase sebagai berikut :

1. Tidak mengonsumsi memperoleh skor 5 dengan presentasi 81-100%
2. Jarang mengonsumsi memperoleh skor 4 dengan presentase 61%-80%
3. Kadang-kadang mengonsumsi memperoleh skor 3 dengan presentase 41%-60%
4. Sering mengonsumsi memperoleh skor 2 dengan presentase 21%-40%
5. Tetap mengonsumsi memperoleh skor 1 dengan presentase 0%-20%

KESIMPULAN DAN SARAN

Pemahaman mahasiswa terhadap literasi halal pada mahasiswa UNWAHA cukup tinggi, diantaranya sebanyak 50% mahasiswa unwaha yang memilih produk dengan melihat kehalalannya. Selain itu, sebanyak 75% mahasiswa selalu memperhatikan logo halal yang terdapat dalam kemasan suatu produk. Motif diharamkannya suatu produk sebanyak 65% mahasiswa beranggapan bahwa produk tersebut mengandung barang yang diharamkan. Cara memilih tempat yang menyediakan makanan halal dinegara lain sebanyak 40% mahasiswa menjawab dengan mencari informasi terlebih dahulu. Pentingnya mengonsumsi produk halal sebanyak 45% mahasiswa menjawab karena penting bagi kesehatan. Cara mengatasi jika tidak ada resto halal dinegara lain sebanyak 50% mahasiswa menjawab yaitu dengan membuat makanan sendiri.

Adanya seruan boikot terhadap produk yang dianggap mendukung Israel ternyata tidak membuat konsumen untuk beralih ke produk lain melainkan masih banyak yang masih menggunakannya. Diantara 10 produk yang masih banyak digunakan dan menjadi objek penelitian yaitu, Aqua, KFC, Pepsodent, Rinso, Oreo, Lifebouy, Sunsluk, Magnum, Milo dan Royco. Sebanyak 15 responden yang masuk kategori jarang mengonsumsi dengan presentase 62%-80% . Hal ini didasarkan bahwa setiap mahasiswa yang menjawab mendapatkan skor 4. Mahasiswa yang masuk kategori kadang-kadang mengonsumsi sebanyak 3 mahasiswa yaitu 52%-60%, tiap mahasiswa yang menjawab mendapatkan skor 3. Mahasiswa yang masuk kategori tidak mengonsumsi yaitu ada 2 dengan presentase 84%-98%, tiap mahasiswa mendapatkan skor 5.

Penelitian terhadap produk-produk yang diboikot dapat memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat. Penelitian ini dapat memberikan informasi tentang dampak negatif dari produk-produk tersebut, serta dapat digunakan untuk mengembangkan solusi-solusi untuk mengatasi dampak negatif tersebut. Saran bagi peneliti berikutnya, lakukan riset yang mendalam mengenai produk-produk yang diboikot agar dapat menentukan produk yang sesuai kemudian gunakan metode penelitian yang tepat dan mengkomunikasikan hasil penelitian dengan baik serta berkolaborasi dengan penelitian lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Almuin, Nani, Penilaian Konsumen, and Minat Beli. "ANALISIS PENILAIAN DAN MINAT BELI PRODUK HALAL PADA MAHASISWA (STUDI PADA UNIVERSITAS INDRAPRASTA PGRI)" 6 (2023): 2216–22.
- Esfandiari, Fitria, Sholahuddin Al-Fatih, Firyal Azelia Nasera, Taufiqur Rahman Shaleh, Angelina Lucky Rahmawati, Fatha Khaira Annajid Elfauzi, and Luthfillah Arrizqi Zainsyah. "Pendampingan Akad Dan Sertifikasi Halal MUI Serta Edukasi Jaminan Produk Halal Pada Minuman Cangloh Di Mergosono Kota Malang." *Jurnal Dedikasi Hukum* 1, no. 2 (2021): 87–99. <https://doi.org/10.22219/jdh.v1i2.17607>.
- Faridah Hayyun Durrotul. "Sertifikasi Halal Di Indonesia : Sejarah Perkembangan, Dan Implementasi." *Journal of Halal Product and Research*, 2 (2019): 68.
- Hakim, Abdul. "Dasar Hukum Halal Dan Penerapannya Di Indonesia." *Prosiding Seminar Nasional*, 2021, 83–94.
- Hayati, Safaah Restuning, and Syah Amelia Manggala Putri. "Analisis Literasi Halal, Label Halal, Islamic Branding, Dan Religious Commitment Pada Pembelian Makanan Di Tsabita Halal Bakery." *SHAHIH: Journal of Islamicate Multidisciplinary* 6, no. 2 (2021): 164–76. <https://doi.org/10.22515/shahih.v6i2.3895>.
- Husna, Khotimatul, Anwar Hafidzi, and M Hanafiah. "DAMPAK PEMBOIKOTAN PRODUK PRO ISRAEL FATWA" 1, no. 4 (2023): 868–76.
- Kartika Rahajeng, Dian. "Sertifikasi Halal." *Tourism and Hospitality Research* 17, no. 4

(2022): 88–100.

- Mentari, Chintia Indah, Fitri Wahyuni, Putri Rahmadani, and Wahyu A Rindiani. “Issn : 3025-9495” 2, no. 1 (2023).
- Pratama, Dinar Bagja, and Neneng Hartati. “Pengaruh Literasi Halal Dan Religiositas Terhadap Konsumsi Produk Halal Pada Mahasiswa Mks Uin Sunan Gunung Djati Bandung.” *Finansha: Journal of Sharia Financial Management* 1, no. 2 (2021): 1–12. <https://doi.org/10.15575/fsfm.v1i2.11024>.
- Prianto, Andre, Amri Amir, and Paulina Lubis. “Analisis Preferensi Masyarakat Terhadap Minat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal Di Kota Kuala Tungkal Kabupaten Tanjung Jabung Barat.” *E-Jurnal Perspektif Ekonomi Dan Pembangunan Daerah* 9, no. 1 (2020): 1–10. <https://doi.org/10.22437/pdpd.v9i1.12476>.
- Rangkuti, Armauli, and dkk. “Literasi Konsumsi Halal Masyarakat Indonesia,” 2020, 72.
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffeain. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 2(1), h.92
- Semiawan, C. R. (2010). Metode penelitian kualitatif. Grasindo.h.125
- Pujihastuti, I. (2010). Prinsip penulisan kuesioner penelitian. *CEFARS: Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, 2(1).h.44
- Metode Penelitian (2021)- cipta media nusantara - Surabaya Dr. Muhammad Ramdhan, S.Pd., M.M. h.14
- Khoiriyah, N. L., Marisa, F., & Wijaya, I. D. (2018). Rancang Bangun Sistem Presensi Online Berbasis Granted Validitas Data. *JIMP (Jurnal Informatika Merdeka Pasuruan)*, h.54
- Abdullah, M. R. (2015). Metode penelitian kuantitatif.
- Semiawan, C. R. (2010). Metode penelitian kualitatif. Grasindo.h.125
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., ... & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Get Press.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi penelitian pendidikan (kualitatif, kuantitatif dan mixed method)*. Hidayatul Quran.
- Rahardjo, M. (2010). *Triangulasi dalam penelitian kualitatif*.