

ABSTRAK

ANALISIS PERSEPSI PADA PRODUK MAKANAN BERLABEL HALAL (STUDI MAHASISWA FAKULTAS KEISLAMAN UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA)

Penelitian ini berfokus pada pentingnya label halal pada produk makanan, terutama di kalangan mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura. Banyaknya populasi Muslim di Indonesia menjadi penyebab meningkatnya permintaan produk halal, sehingga pemahaman dan persepsi mahasiswa terhadap label halal menjadi krusial.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi mahasiswa terhadap produk makanan berlabel halal. Produk halal adalah produk yang dinyatakan halal menurut hukum Islam, sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Indikator persepsi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi sikap, motivasi, minat, pengalaman masa lalu, ekspektasi, sasaran, dan situasi atau keadaan sekitar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif melalui wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Keislaman memahami betul tentang produk berlabel halal terhadap makanan di sekitar kampus. Namun, terdapat sebagian mahasiswa yang belum mengetahui secara utuh terkait produk berlabel halal dalam segi pengetahuan tentang proses sertifikasi halal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi produsen dan pemangku kepentingan dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya label halal pada produk makanan.

Kata Kunci : Persepsi, Produk Makanan, Label Halal, UTM

ABSTRACT

This research focuses on the importance of halal labels on food products, especially among students at the Islamic Faculty of Trunojoyo Madura University. The large Muslim population in Indonesia is the cause of increasing demand for halal products, so students understanding and perception of the halal label is crucial.

This research aims to analyze students' perceptions of food products labeled halal. Halal products are products that are declared halal according to Islamic law, in accordance with Law of the Republic of Indonesia Number 33 of 2014 concerning Halal Product Guarantees. Perception indicators used in this research include attitudes, motivation, interests, past experiences, expectations, goals, and situations or surrounding circumstances. The research method used is a descriptive qualitative method through interviews and documentation.

The results of the research show that Islamic Faculty students really understand about halal-labeled food products around campus. However, there are some students who do not fully understand halal-labeled products in terms of knowledge about the halal certification process. This research is expected to provide insight for producers and stakeholders in increasing public awareness and understanding regarding the importance of halal labels on food products.

Keywords: Perception, Food Products, Halal Labels, UTM