

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PENYULUHAN HALAL LIFESYLE DAN TITIK KRITIS KEHALALAN MAKANAN PADA GENERASI MUDA

INCREASING COMMUNITY EMPOWERMENT THROUGH THE PROMOTION OF HALAL LIFESTYLE AND THE CRITICAL POINT OF HALAL FOOD IN THE YOUNG GENERATION

Juni Ekowati^{1*}, Alief Putriana Rahman¹, Hanifah Ridha Rabbani¹, Ghinalya Chalbi Ananda², Adinda Adelia Wulandari¹, Kholidah Febriani¹, Itsna Nur 'Ainul Yaqin¹, Tiara Puspa Asriningrum¹, Kholis Amalia Nofianti¹, Noor Erma Nasution¹, Sugjianto¹

¹Fakultas Farmasi, Universitas Airlangga
Jl. Mulyorejo, Surabaya 60115

²Fakultas Kedokteran Gigi, Universitas Airlangga
Jl. Mayjen. Prof. Dr. Moestopo 47, Surabaya

*Email : juni-e@ff.unair.ac.id

ABSTRAK

Kehalalan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh umat Islam (muslim) dalam memilih makanan. Rendahnya kesadaran dan pengetahuan terkait kaidah halal dan *thoyyib* pada makanan sempat menimbulkan berbagai masalah serius. Untuk mengatasi hal ini, beberapa peraturan dari pemerintah telah diterbitkan namun sebagian masyarakat masih kesulitan untuk memahami konsep kehalalan suatu produk. Berkaitan dengan hal tersebut, Fakultas Farmasi Universitas Airlangga melalui pengabdian masyarakat mengadakan penyuluhan pada dua sekolah di Kecamatan Rungkut Surabaya untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat tentang *halal lifestyle* dan titik kritis keharaman makanan pada generasi muda. Metode yang digunakan adalah *pre test online* untuk mengetahui pemahaman awal dari peserta, edukasi berupa penyuluhan dan diskusi, serta evaluasi peningkatan pemahaman melalui *pre* dan *post test* materi penyuluhan. Mitra kegiatan adalah siswa, pengajar dan pengelola kantin di sekolah setingkat Madrasah Aliyah dan sekolah setingkat Madrasah Tsanawiyah. Berdasarkan analisis yang dilakukan, diperoleh hasil adanya korelasi kuat antara sertifikasi halal, kesadaran halal dan komposisi halal. Penyuluhan dapat meningkatkan pengetahuan siswa dan karyawan di kedua sekolah tersebut tentang *halal lifestyle* dan titik kritis keharaman makanan. Sertifikasi halal pada produk makanan berpengaruh terhadap minat beli namun kesadaran halal dan pengetahuan tentang komposisi makanan halal masih rendah pengaruhnya terhadap minat beli.

Kata kunci: Kehalalan, *halal lifestyle*, titik kritis makanan, edukasi, pengabdian masyarakat

ABSTRACT

Halal aspect is an important factor that must be considered by Muslims in choosing food. However, the low awareness and knowledge related to halal rules and thoyyib on food, had caused various serious problems. To overcome this, several government regulations have been issued, but some people still find it difficult to understand the concept of halal products. In this regard, the Faculty of Pharmacy, Airlangga University through community service conducted socialization in two schools in Rungkut Surabaya district to increase community empowerment about halal lifestyle and the critical point of food prohibition at young generation. The method used is an online pre test to determine the initial understanding of the participants, education in the form of counseling and discussion, and evaluation of increased understanding through pre and post test. As partners are students, teachers and canteen managers in Madrasah Aliyah and Madrasah Tsanawiyah school grade. Based on the analysis conducted, the results show a strong correlation between halal certification, halal awareness and halal composition. Socialization can increase the knowledge of students and employees in those schools about halal lifestyle and the critical point of food prohibition. Halal certification on food products affects buying interest but halal awareness and knowledge about the composition of halal food is still low in its influence on buying interest

Keywords: Halal, *halal lifestyle*, the critical point of food, education, community service

PENDAHULUAN

Sejalan dengan ajaran/syariah Islam, umat Islam hendaklah memperhatikan pilihan apa yang dikonsumsi dan juga harus memperhatikan aspek kehalalan di samping aspek keamanannya. Pada generasi muda, orang tua mereka sebagai penyedia makanan di rumah dan kantin sebagai penyedia makanan sehari-hari pada jam sekolah harus benar-benar memperhatikan dan menjamin kehalalan makanan yang disajikan. Sosialisasi tentang bahan tambahan makanan yang berbahaya di lingkungan sekolah sangat membantu dalam meningkatkan pengetahuan tentang makanan halal dan aman bagi kesehatan (Guntarti *et al.* 2018). Selain itu para produsen makanan harus memiliki kesadaran dan tanggung jawab (*product liability*) atas produk yang diedarkan, aspek makanan baik (*thoyyib*) maupun kehalalannya (Ali 2016).

Dalam proses pengolahan dan penyimpanan makanan halal, hal yang harus diperhatikan yaitu makanan halal tidak boleh terkontaminasi dan bercampur dengan makanan haram atau zatnya walaupun hanya sedikit. Dalam hal menjamin makanan yang baik (*thoyyib*), pemerintah telah menerbitkan beberapa regulasi industri makanan yaitu: UU No 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, UU Pangan (UU RI No 18 tahun 2012), UU Perlindungan Konsumen (UU RI No 7 tahun 1999). Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI Nomor: HK.03.1.23.04.12.2205 tanggal 5 April 2012 tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI Nomor: HK.03.1.23.04.12.2206 tanggal 5 April 2012 tentang Cara Produksi Pangan yang Baik untuk Industri Rumah Tangga (CPPB-IRT). Pada saat ini juga telah diatur Persyaratan Bahan Tambahan Pangan yang tercantum dalam Peraturan Menteri Kesehatan No 033/2012, begitu pula sanksi hukum yang menyertainya.

Rendahnya kesadaran dan pengetahuan terkait kaidah halal dan *thoyyib* pada makanan, sempat menimbulkan berbagai masalah serius. Regulasi pemerintah tentang halal diwujudkan dengan UU No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Mengingat pentingnya pemahaman regulasi tersebut, menjadi kewajiban kita bersama membangun kesadaran, mengedukasi, melakukan pagelaran contoh konkrit dan mendampingi masyarakat agar terhindar dari pangan yang tidak memenuhi persyaratan. Masalah yang lain adanya penulisan label halal yang tidak diikuti dengan pemenuhan persyaratan untuk menjamin produk yang dihasilkan tersebut halal. Saat ini persepsi kehalalan makanan telah berubah, semula hanya terkait ada atau tidaknya produk babi atau alkohol. Sehubungan dengan penggunaan bahan tambahan makanan (BTM), pada teknologi pengolahan pangan telah mengubah persepsi tersebut. Proses pengolahan juga dapat menjadi titik kritis keharaman makanan tersebut. Contohnya gula refinasi yang digunakan sebagai pemanis makanan pada industri makanan. Gula refinasi mempunyai titik kritis pada proses penghilangan warna yang menggunakan arang aktif. Jika arang aktif ini berasal dari hasil tambang atau arang kayu, maka tidak masalah. Namun jika arang aktif tersebut terbuat dari tulang hewan, hal itu harus dipastikan kehalalan hewannya (LPPOM MUI, 2018). Contoh BTM seperti flavor (perisa), anti *caking agent*, *coloring agent*, dan zat additive lain pada industri makanan menjadi titik kritis untuk penentuan halal tidaknya produk makanan. Contohnya propilen glikol, traicetin, gliserin dapat menjadi titik kritis pada produk makanan yang beredar, karena zat-zat tersebut bisa terbuat dari lemak nabati ataupun lemak babi atau lemak hewan lain (Sukardi, 2019).

Berkaitan dengan kondisi tersebut, upaya pencegahan terjadinya hal-hal yang merugikan bagi masyarakat maupun pelaku usaha UMKM makanan dan minuman ini tidak hanya menjadi tanggung jawab instansi pemerintah saja melainkan seluruh masyarakat, termasuk Perguruan Tinggi. Universitas Airlangga, khususnya Fakultas Farmasi melalui PKM ini akan menyumbangkan ilmu dan pengalaman yang dimiliki untuk turut serta mengatasi masalah di masyarakat terkait makanan yang halal dan *thoyyib*. Salah satu bentuk pengabdian yang dapat dilakukan farmasis, terutama dari disiplin ilmu kimia farmasi adalah edukasi kepada masyarakat dalam hal ini pemilihan makanan dan minuman yang aman dan gaya hidup sehat. Disamping itu, perlu juga diperhatikan kehalalan makanan maupun minuman yang dikonsumsi sehari-hari.

Salah satu wilayah binaan PKM Universitas Airlangga adalah di Kecamatan Rungkut Surabaya. Terdapat 2 sekolah yang dikelola oleh Departemen Agama di kecamatan ini, yaitu satu sekolah setingkat Madrasah Aliyah dan satu sekolah setingkat Madrasah Tsanawiyah. Edukasi dapat dilakukan dengan beberapa cara di antaranya adalah penyuluhan dengan menggunakan media penyuluhan yang baik, menarik dan interaktif sehingga akan memberikan hasil pemahaman yang lebih baik. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini yaitu untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat tentang *halal lifestyle* dan titik kritis keharaman makanan terutama pada generasi muda.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan dilakukan melalui dua tahap yaitu tahap persiapan dan tahap pelaksanaan yang akan dijelaskan seperti di bawah ini

Tahap Persiapan Tim Pengabdian

1. Tim Pengabdian dari Fakultas Farmasi Unair mengadakan rapat koordinasi tim untuk persiapan, dengan memperhatikan, mendengarkan permasalahan yang terjadi di mitra, mendiskusikannya, serta mencari solusi yang dapat ditawarkan kepada mitra. Solusi tersebut mencakup aspek kognitif dan afektif untuk mengatasi permasalahan.
2. Tahap koordinasi pelaksanaan dengan mitra. Tim pengabdian masyarakat melakukan koordinasi dengan mitra, membahas: Prioritas masalah yang dihadapi, upaya pemecahan dan penyelesaian masalah, tindak lanjut dan evaluasi. Selain itu juga dibahas: persiapan edukasi terkait tanggal pelaksanaan, penentuan jumlah peserta, aspek kognitif maupun afektif managerial yang diperlukan, rencana pelatihan/edukasi, perlengkapan sarana dan prasarana yang dibutuhkan selama kegiatan, persiapan ijin dan surat-menyurat yang diperlukan.

Pelaksanaan Kegiatan

Metode pengabdian yang digunakan adalah penyuluhan dengan tujuan membangun edukasi dan peningkatan kesadaran masyarakat, yang dilaksanakan dengan beberapa tahapan.

1. Sebagai awal kegiatan, dilakukan *pre test online* pengetahuan tentang *halal lifestyle*, sertifikasi halal, titik kritis kehalalan makanan pada peserta penyuluhan diminta untuk mengisi pre test on line tersebut. Beberapa pertanyaan dari tes tersebut diperoleh dari publikasi Nofianti dan Rofiqoh (2019). Hasil tes ini digunakan untuk menyusun materi penyuluhan.
2. Penyuluhan dilaksanakan dengan pemberian materi oleh dua narasumber dilanjutkan dengan diskusi. Terdapat dua judul materi yang disampaikan oleh narasumber, yaitu mengenai pengenalan *halal lifestyle* dan pengenalan titik kritis kehalalan makanan.
3. Melakukan evaluasi peningkatan kemampuan peserta melalui *pre* dan *post test* materi penyuluhan
4. Melakukan analisis hasil pre test *online* dan pre/post test materi penyuluhan menggunakan software IBM statistics 24.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan Data

Sebagai mitra pengmas, kedua sekolah tersebut di atas menyadari pentingnya edukasi dan pendampingan yang dilakukan tim dari Fakultas Farmasi Unair, dan telah menyatakan kesediaannya aktif berpartisipasi dengan menyediakan sarana dan prasarana selama pelaksanaan kegiatan. Peserta penyuluhan terdiri dari siswa, guru dan pengelola kantin sekolah berjumlah 164 orang. Untuk mengetahui ukuran atau jumlah sampel minimal yang dapat digunakan pada kegiatan *pre test online* ini digunakan rumus Slovin (Setiyani, 2014)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Error margin (kelonggaran ketidaktelitian. Misalnya Sig= 0,05)

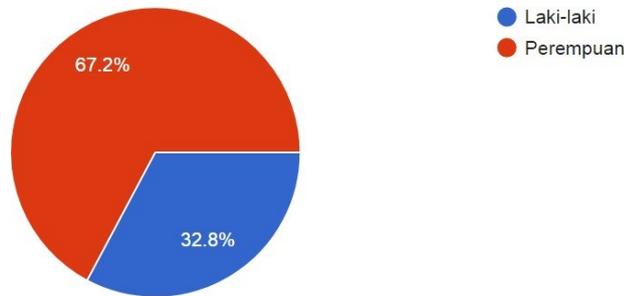
Pada kegiatan yang dilakukan. ukuran populasi atau jumlah populasi peserta sebanyak 169 peserta, sehingga dengan menggunakan rumus Slovin, banyaknya sampel atau ukuran sampel minimal yang dapat digunakan adalah :

$$n = \frac{169}{1+169(0,05^2)} = \frac{169}{1,4225} = 118,80 \text{ peserta} = 119 \text{ peserta}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut jumlah responden minimal yang harus digunakan yaitu 119 responden dari 164 total peserta penyuluhan. Jumlah peserta yang mengisi *pre test online* sebanyak 122 peserta. Nilai tersebut melebihi batas minimal responden yang harus digunakan.

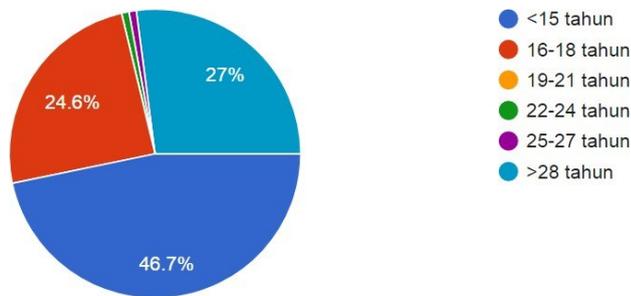
Analisis karakteristik responden

Karakteristik responden dianalisis berdasarkan tiga kriteria. Kriteria responden dilakukan berdasarkan jenis kelamin, usia responden dan jenis pekerjaan

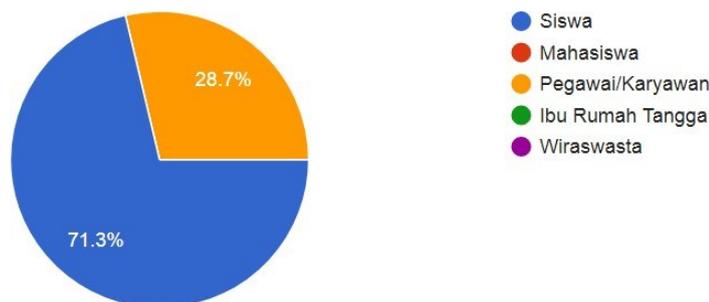


Gambar 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan Gambar 1, responden dengan jenis kelamin perempuan sebesar 67.2 persen sedangkan 32.8 persen adalah laki-laki. Adapun Gambar 2 menunjukkan bahwa mayoritas responden berumur di bawah 15 sampai 18 tahun sebesar 71.3 persen sedangkan responden dengan usia di atas 28 tahun sebesar 27 persen. Gambar 3 menjelaskan karakteristik responden berdasarkan pekerjaannya, dimana 71.3 persen responden mempunyai aktivitas sebagai siswa dan diikuti responden yang beraktivitas sebagai pegawai/karyawan sebesar 28.7 persen. Kedua data ini sesuai dengan target responden pada kegiatan pengmas yaitu siswa (generasi muda) dilingkungan dua sekolah Kecamatan Rungkut Surabaya.



Gambar 2. Karakteristik responden berdasarkan usia



Gambar 3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Hasil Uji *Pre test on line*

Sertifikat halal adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Tujuan sertifikasi halal pada produk makanan adalah untuk memberikan kepastian kehalalan suatu produk sehingga konsumen merasa aman dan terbebas dari dosa (Ramlan dan Nahrowi 2014). Hal ini sesuai dengan hasil *pre test* yang diperoleh, 81.1 persen responden sangat setuju jika logo halal penting dalam kemasan produk makanan, 70.5 persen responden mempertimbangkan logo halal dalam membeli produk, 54.1 persen responden mengetahui logo halal asli dari MUI dan 68.8 persen responden sangat setuju untuk mengonsumsi produk berlogo halal. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan adanya sertifikasi halal pada produk makanan. Namun terdapat 4.9 persen responden yang belum mengetahui logo halal asli dari MUI dan 2.5 persen responden masih tidak merasa aman dalam mengonsumsi produk berlogo halal.

Kesadaran halal bagi muslim berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen terhadap suatu produk (Yunus *et al.* 2014). Hasil pada *pre test on line* ini menunjukkan bahwa 98.4 persen responden menyatakan preferensi terhadap proses penyembelihan dan proses produksi halal. Kemudian, terdapat 99.2 persen responden menyatakan preferensi bahwa makanan halal merupakan sesuatu yang penting dalam kehidupan.

Terkait titik kritis keharaman pada makanan, terdapat 86.9 persen responden menganggap telah mengetahui tentang titik kritis keharaman makanan. Dengan demikian terdapat 13.1 persen yang tidak mengetahui tentang titik keharaman makanan. 90.22 Responden menyetujui bahwa informasi tentang titik keharaman makanan mudah diperoleh. Sisanya seanyak 9.8 persen responden merasa kesulitan mendapatkan informasi terkait titik kritis keharaman pada suatu makanan. Responden juga menyatakan urgensi informasi terkait titik kritis keharaman. 98 responden juga menyetujui bahwa titik kritis keharaman makanan itu penting untuk diketahui. Hanya ada 1,6 persen responden yang tidak menyetujui hal tersebut.

Komposisi atau komponen makanan yang akan dimakan penting untuk diketahui konsumen. Hal tersebut dapat meningkatkan perilaku *halal lifestyle* konsumen (Yunus *et al.* 2014). Pengetahuan responden tentang konsumsi makanan halal menunjukkan hasil bahwa 86-98 persen responden menyatakan penting dalam memperhatikan komposisi dalam makanan, mengetahui komponen tambahan makanan yang tidak halal dan tidak aman dan hanya akan membeli makanan yang jelas aman dan halal berdasarkan bahan-bahan makanan yang digunakan. Sejumlah 97.5 persen responden menyatakan preferensi bahwa istilah komponen bahan makanan harus lebih sederhana dan mudah dipahami karena hal tersebut mempengaruhi minat beli konsumen. Suatu produk mempengaruhi minat beli konsumen. Pada sisi lain, kehalalan suatu produk melalui informasi yang tercantum dalam suatu kemasan akan mempengaruhi keputusan untuk membeli produk. Pada *pre test on line* ini 99 persen menyatakan preferensi terhadap produk yang berlabel halal. Selain itu, pengalaman membeli produk yang memberikan informasi label halal akan membuat konsumen memberikan rekomendasi kepada konsumen lain. Pada *pre test on line* ini 98 persen akan melakukan hal tersebut jika telah mengonsumsi produk berlabel halal.

Hasil analisis koefisien determinasi pada hubungan antara sertifikasi halal, kesadaran halal dan komposisi halal terhadap minat beli dicantumkan pada Tabel 1. Tingkat kepercayaan yang digunakan sebesar 95 persen. Koefisien korelasi (r) diperoleh nilai sebesar 0.579. Kondisi ini menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara sertifikasi halal, kesadaran halal dan komposisi halal. Koefisien determinasi (R square) menunjukkan bahwa sertifikasi halal, kesadaran halal dan komposisi halal yang berpengaruh terhadap minat beli sebesar 33.6 persen.

Tabel 1. Analisis Koefisien Determinasi pada Hubungan antara sertifikasi halal, kesadaran halal dan komposisi halal dengan minat beli

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.579 ^a	.336	.319	2.540

a. Predictors: (Constant), Komposisi_Makanan (X3), Sertifikasi_Halal (X1), Kesadaran_Halal (X2)

Tabel 2. Analisis Regresi Linier dan nilai t_{hitung} pada hubungan antara sertifikasi halal, kesadaran halal dan komposisi halal dengan minat beli

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.350	1.997		
	Sertifikasi_Halal (X1)	.453	.132	.348	3.442
	Kesadaran_Halal (X2)	.165	.129	.147	1.277
	Komposisi_Makanan (X3)	.102	.067	.164	1.512

a. Dependent Variable: Minat_Beli (Y)

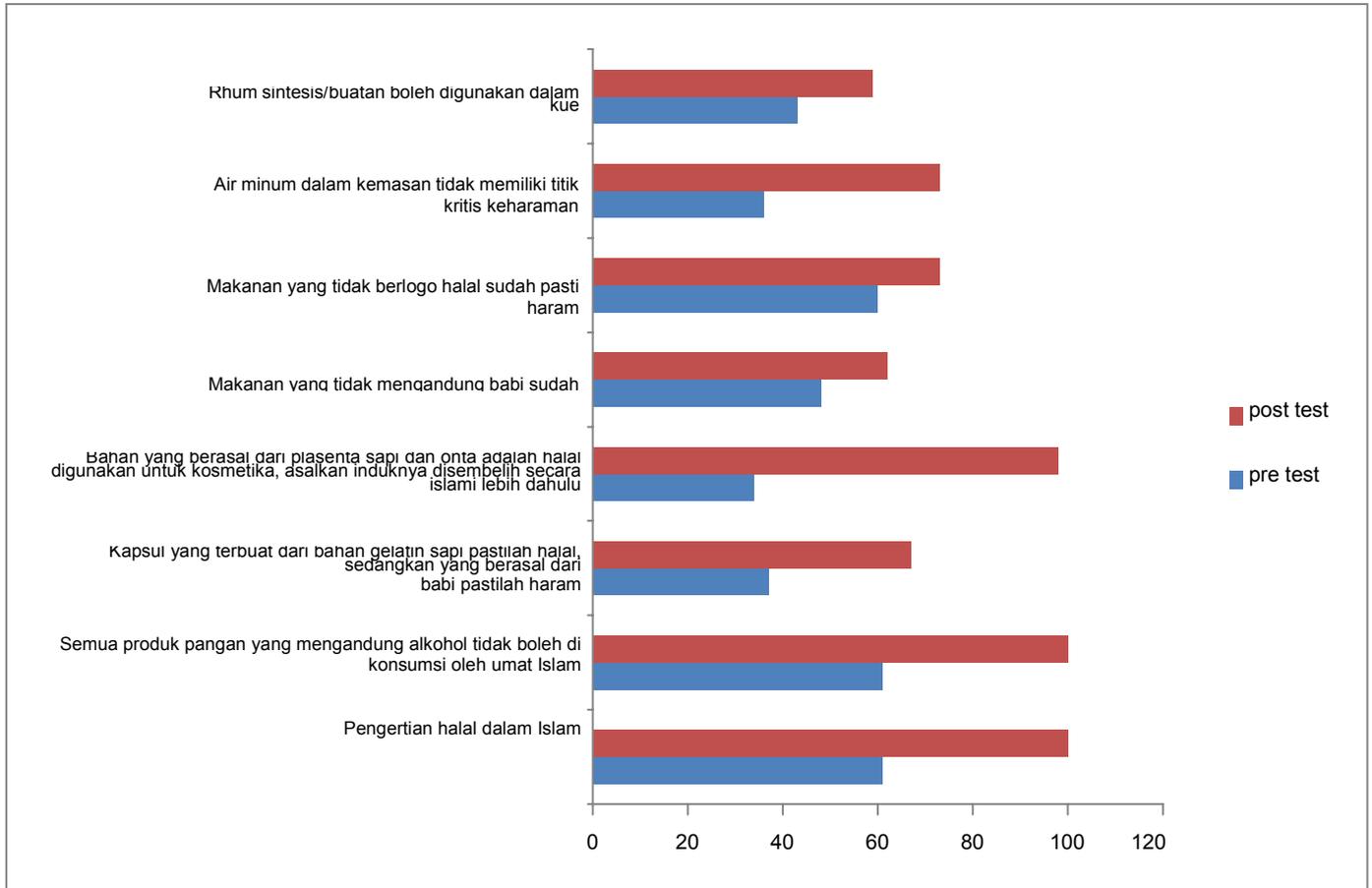
Persamaan linier yang diperoleh pada kegiatan ini adalah $Y=0,453X_1 + 0,165X_2 + 0,1026X_3 + 10,350$ (Tabel 2). T tabel yang digunakan sebesar 1,65754 ($df=121$; $\alpha=0,05$). T hitung pada sertifikasi halal, kesadaran halal dan komposisi halal masing-masing sebesar 3,442; 1,277 dan 1,512 (Tabel 2). Pada sertifikasi halal t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} , namun pada kesadaran halal dan komposisi makanan t_{hitung} lebih kecil dibandingkan dengan t_{tabel} . Hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal mempengaruhi minat beli makanan namun kesadaran halal dan pengetahuan tentang komposisi makanan halal masih rendah dalam hal mempengaruhi keputusan membeli makanan. Berdasarkan hal tersebut, diketahui bahwa pengetahuan tentang kesadaran halal dan komposisi makanan halal perlu ditingkatkan lagi.

Produk bersertifikasi halal ditandai dengan adanya logo halal pada kemasan produk. Tercantumnya logo halal pada kemasan menunjukkan informasi bahwa telah dilakukan audit halal dan sertifikasi pada produk tersebut dengan adanya fatwa halal dari Majelis Ulama Indonesia. Pelaku usaha wajib untuk memberikan informasi yang jelas dan jujur bahwa produk yang diperdagangkan adalah produk halal yang telah memperoleh sertifikasi resmi. Hal tersebut sesuai dengan hasil pre test on line yang menyebutkan bahwa sertifikasi halal mempengaruhi responden dalam membeli makanan.

Kesadaran halal yang dalam kegiatan pengmas ini berisi tentang proses pengolahan makanan dan titik kritis keharaman makanan tidak mempengaruhi minat beli responden. Begitu pula dengan pengetahuan tentang komposisi makanan halal juga tidak mempengaruhi minat beli responden. Kesadaran halal dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kepercayaan agama, identitas diri dan informasi media (Yasid *et al.* 2016). Karena responden yang digunakan pada kegiatan pengmas ini mayoritas anak dibawah umur 15-18 tahun yang mempunyai keterbatasan akses informasi, maka pengetahuan tentang komposisi makanan kurang dapat dipahami oleh para responden. Komposisi makanan merupakan hal yang penting untuk dipertimbangkan oleh konsumen terutama bagi umat Islam karena hal tersebut akan memberikan informasi terkait titik kritis keharaman. Konsumen yang teliti akan memeriksa komposisi pada bungkus produk atau bahkan bertanya kepada restoran apakah bahan makanan dan alat yang digunakan benar-benar bebas dari unsur-unsur yang melanggar syariat agama islam (Mutmainah 2018). Hal-hal tersebut belum banyak dilakukan oleh responden yang mayoritas berumur anak dibawah umur 15-18 tahun.

Berdasarkan data, responden mayoritas anak dibawah umur 15-18 tahun kemungkinan hanya melihat logo halal sebagai indikator kehalalan produk sehingga sangat mempengaruhi minat beli. Namun untuk pengetahuan tentang kesadaran halal dan komposisi makanan kurang diketahui anak-anak muda sehingga tidak mempengaruhi mereka dalam membeli makanan. Hasil *pre test online* ini menjadi dasar penyusunan materi penyuluhan pada masyarakat.

Hasil Uji Pre dan Post Test Materi Penyuluhan



Gambar 4. Hasil analisis *pre test* dan *post test*

Hasil nilai *Pre test* dan *post test* materi penyuluhan dapat dilihat pada Gambar 4. Hasil pada setiap pertanyaan diuji menggunakan statistika *paired sample t-test* untuk mengetahui adanya perbedaan pengetahuan responden sebelum dan setelah penyuluhan. Hasilnya pada setiap pertanyaan mempunyai perbedaan yang signifikan pada *pre test* dan *post test* setelah penyuluhan ($Sig < 0,05$)

Tabel 3. Analisis perbandingan hasil pre dan post test

Pertanyaan ke-	Jumlah peserta yang benar (%)		Nilai Sig pada uji statistik <i>Pair sample T test</i>
	Pre test	Post test	
1	61%	100%	0,00
2	61%	100%	0,00
3	37%	66%	0,00
4	34%	98%	0,00
5	48%	62%	0,00
6	60%	73%	0,00
7	36%	73%	0,00
8	43%	59%	0,00

Perbedaan yang signifikan pada *pre test* dan *post test* setelah penyuluhan menunjukkan pengetahuan responden tentang halal *life style* dan titik keharaman makanan lebih baik/paham setelah dilakukan penyuluhan. Hal tersebut dapat dilihat dari Tabel 3 dimana persentase jumlah peserta yang benar pada *post test* lebih banyak dibandingkan dengan *pre test*.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengmas ini disimpulkan bahwa penyuluhan dapat meningkatkan pengetahuan generasi muda, khususnya pada siswa dan karyawan di sekolah setingkat Madrasah Aliyah dan sekolah setingkat Madrasah Tsanawiyah Kecamatan Rungkut Surabaya tentang *halal life style* dan titik keharaman makanan. Sertifikasi halal pada produk makanan berpengaruh terhadap minat beli namun kesadaran halal dan pengetahuan tentang komposisi makanan halal masih berpengaruh rendah terhadap minat beli.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Farmasi Universitas Airlangga melalui RKAT tahun 2019 yang telah memberi dukungan dana dan fasilitas terhadap program pengabdian masyarakat ini ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali M. 2016. Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 16(2), 291–306. <https://doi.org/10.15408/ajis.v16i2.4459>
- [Badan Pengawas Obat dan Makanan]. 2012. Peraturan Kepala BPOM Nomor HK.03.1.23.04.12.2205 tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga.
- Guntarti A, Kumalasari ID, Susanti H. 2018. Pengenalan Kehalalan Produk dan Bahan Tambahan Makanan yang Berbahaya Bagi Kesehatan. SNIEMAS UAD. ISBN.978-602-0737-07-2 LPPOM MUI, Halal Haram Gula Refinasi. Berita tanggal 12 September 2018. Diakses pada 29 pada Desember 2019. [internet] Tersedia di www.halalmui.org/mui14/main/detail/halal-haram-gula-rafinasi.
- Menteri Kesehatan Indonesia. 2012. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2012 tentang Bahan tambahan pangan dan sanksi hukum. Jakarta (ID): Sekretariat Negara
- Mutmainah L. 2018. The Role of Religiosity, Halal Awareness, Halal Certification, and Food Ingredients on Purchase Intention of Halal Food. *Itifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 1(1), 33. <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v1i1.284>
- Nofianti KA, Rofiqoh SNI. 2019. Kesadaran Dan Logo Halal : Apakah Menentukan Minat Beli ? (Studi Pada Praktisi Bisnis UMKM Di Gresik) The Halal Awareness And Halal Labels : Do They Determine Purchase Intention? (Study On SME's Business Practitioners In Gresik). *Journal Of Halal Product And Research (JHPR)* 2(1): 16–24.
- Pemerintah Indonesia. 1999. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen. Lembaran RI Tahun 1999, No.7. Jakarta (ID): Sekretariat Negara
- Pemerintah Indonesia. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan. Lembaran RI Tahun 2009, No.36. Jakarta (ID): Sekretariat Negara
- Pemerintah Indonesia. 2012. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang pangan. Lembaran RI Tahun 2012, No.18. Jakarta (ID): Sekretariat Negara
- Pemerintah Indonesia. 2014. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Lembaran RI Tahun 2014, No33. Jakarta (ID): Sekretariat Negara
- Ramlan R, Nahrowi N. 2014. Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami Dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 17(1): 145–154.
- Setiyani L. 2014. Research Methods Information Technology. *International Encyclopedia of Human Geography*. <https://doi.org/10.1016/B978-008044910-4.00180-2>
- Sukardi M. 2019. MUI: Kode E Makanan tidak berarti babi. Berita tanggal 29 Juli 2019, diakses 29 Desember 2019 [internet] Tersedia pada <https://muslim.okezone.com/read/2019/07/29/614/2084895/mui-kode-e-di-makanan-tidak-berarti-babi>
- Yasid, Farhan F, Andriansyah Y. 2016. Factors affecting Muslim students awareness of halal products in Yogyakarta, Indonesia. *International Review of Management and Marketing*, 6(4): 27–31.
- Yunus NSNM, Rashid WEW, Ariffin NM, Rashid NM. 2014. Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 145–154. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.018>