



Semarak International Journal of Future Tourism and Hospitality Management

Journal homepage:
<https://semarakilmu.my/index.php/sijfthm/index>
ISSN: 3083-9742



Halal Pilihan Kami: Menelusuri Kesedaran dan Minat Pelajar Kolej Komuniti Sungai Petani terhadap Produk Halal

Halal, Our Choice: Exploring the Awareness and Interest of Sungai Petani Community College Students towards Halal Products

Wei Boon Quah^{1,*}, Sabidatul Afifah Abidin¹, Hanisah Ahmad²

¹ Unit Hotel Operation, Sungai Petani Community College, 08000 Sungai Petani, Kedah, Malaysia

² Unit Kulineri, Sungai Petani Community College, 08000 Sungai Petani, Kedah, Malaysia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 8 October 2025

Received in revised form 15 November 2025

Accepted 25 November 2025

Available online 4 December 2025

ABSTRACT

Isu kehalalan produk makanan bukan sahaja penting dalam konteks pematuhan agama, malah turut mempengaruhi tingkah laku pengguna Muslim dalam membuat keputusan pembelian. Kajian ini dijalankan untuk menilai tahap kesedaran pelajar Kolej Komuniti Sungai Petani terhadap pensijilan halal, pengetahuan komposisi makanan, dan minat membeli produk halal. Kajian ini juga dijalankan untuk menganalisis hubungan antara pensijilan halal, kesedaran halal, dan pengetahuan komposisi makanan halal dengan minat membeli produk halal dalam kalangan pelajar. Seramai 121 orang pelajar daripada 173 telah memberikan maklum balas lengkap melalui soal selidik berstruktur yang merangkumi skala Likert lima mata. Hasil analisis deskriptif menunjukkan tahap yang tinggi bagi keempat konstruk iaitu minat membeli produk halal (min = 4.38, sisihan piawai = 1.05), kesedaran halal (min = 4.35, SP = 0.84), pengetahuan tentang komposisi makanan halal (min = 4.16, SP = 0.94), dan pensijilan halal (min = 4.07, SP = 0.83). Ujian normaliti mendapati data tidak mengikut taburan normal, maka analisis korelasi Spearman telah dijalankan. Dapatan menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara minat membeli produk halal dengan ketiga-tiga pemboleh ubah iaitu pensijilan halal ($r_s = 0.606$, $p < 0.001$), kesedaran halal ($r_s = 0.720$, $p < 0.001$), dan pengetahuan tentang komposisi makanan halal ($r_s = 0.687$, $p < 0.001$). Ini menunjukkan bahawa semakin tinggi tahap kesedaran dan pengetahuan pelajar terhadap aspek halal, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk membeli produk halal. Kajian ini memberi implikasi penting kepada pihak industri dan pembuat dasar untuk meningkatkan strategi pendidikan dan komunikasi berkenaan halal bagi memperkukuh keyakinan pengguna Muslim, khususnya dalam kalangan generasi muda.

The issue of halal food products is not only important in the context of religious compliance but also influences the purchasing behaviour of Muslim consumers. This study was conducted to assess the level of awareness among students of Sungai Petani Community College regarding halal certification, knowledge of food composition, and interest in purchasing halal products. The study also aimed to analyse the relationship between halal certification, halal awareness, and

* Corresponding author.

E-mail address: quah@kkspe.edu.my

knowledge of halal food composition with students' interest in purchasing halal products. A total of 121 out of 173 students provided complete responses through a structured questionnaire employing a five-point Likert scale. Descriptive analysis revealed high mean scores for all four constructs, namely interest in purchasing halal products (mean = 4.38, standard deviation = 1.05), halal awareness (mean = 4.35, SD = 0.84), knowledge of halal food composition (mean = 4.16, SD = 0.94), and halal certification (mean = 4.07, SD = 0.83). The normality test indicated that the data were not normally distributed; hence, the Spearman correlation analysis was employed. The findings demonstrated a significant positive relationship between interest in purchasing halal products and the three variables: halal certification ($r_s = 0.606$, $p < 0.001$), halal awareness ($r_s = 0.720$, $p < 0.001$), and knowledge of halal food composition ($r_s = 0.687$, $p < 0.001$). This indicates that the higher the students' level of awareness and knowledge regarding halal aspects, the greater their tendency to purchase halal products. This study provides important implications for industry players and policymakers to enhance educational and communication strategies related to halal, in order to strengthen Muslim consumers' confidence, particularly among the younger generation.

Keywords:

Pensijilan halal; kesedaran halal; komposisi makanan; minat membeli; logo halal

Halal certification; halal awareness; food composition; purchase interest; halal logo

1. Pengenalan

Industri halal kini bukan sahaja berkisar tentang pematuhan terhadap keperluan agama Islam, tetapi telah berkembang menjadi satu sektor ekonomi global yang berpengaruh. Dengan lebih 1.9 bilion umat Islam di seluruh dunia, permintaan terhadap produk dan perkhidmatan halal telah meningkat secara mendadak, meliputi bukan sahaja makanan dan minuman, tetapi juga farmaseutikal, kosmetik, kewangan, pelancongan, dan logistik [1]. Menurut kajian, nilai pasaran makanan dan gaya hidup halal telah mencecah USD 2.3 trilion dan dijangka terus meningkat menjelang 2026 [2]. Negara-negara bukan Islam seperti Jepun, Korea Selatan, Thailand dan Brazil juga turut berusaha untuk menyesuaikan produk mereka agar memenuhi standard halal bagi menembusi pasaran pengguna Muslim global [3].

Di peringkat antarabangsa, pensijilan halal dijadikan satu standard jaminan keselamatan dan kualiti produk. Misalnya, di Eropah, terdapat pertambahan permintaan terhadap daging dan produk tenusu yang diperakui halal. Di Amerika Syarikat pula, pengguna bukan Muslim semakin berminat terhadap produk halal kerana mempercayai ia lebih bersih, berkualiti dan selamat untuk dimakan [4]. Hal ini menunjukkan bahawa konsep halal telah menjadi satu gaya hidup sejagat yang tidak hanya terikat kepada faktor keagamaan, tetapi juga kualiti dan etika dalam pengeluaran makanan.

Malaysia pula merupakan salah satu negara perintis dalam pembangunan sistem pensijilan halal. Melalui Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM), negara ini memiliki sistem pensijilan halal yang komprehensif dan diiktiraf di lebih 70 buah negara [5]. Malaysia turut menjadi tuan rumah kepada Halal Development Corporation (HDC) yang memainkan peranan dalam merangka dasar serta memperkukuh ekosistem halal negara. Namun begitu, walaupun sistem yang mantap telah dibangunkan, kesedaran pengguna terhadap aspek halal masih menjadi persoalan yang membimbangkan, terutamanya dalam kalangan golongan muda.

Pelajar institusi pengajian tinggi (IPT) merupakan salah satu kumpulan pengguna penting yang akan menjadi penggerak kepada pembangunan industri makanan dan hospitaliti. Pelajar dalam jurusan kulinari, pengurusan hotel, pengurusan makanan dan teknologi makanan perlu dibekalkan bukan sahaja dengan kemahiran teknikal, tetapi juga dengan kefahaman yang mendalam tentang konsep halal dan amalan pematuhan yang berkaitan. Hal ini penting kerana mereka bakal memikul tanggungjawab besar dalam penyediaan makanan yang bersih, selamat dan halal kepada masyarakat.

Tambahan pula, generasi muda kini terdedah kepada pelbagai saluran maklumat, termasuk media sosial, yang boleh mempengaruhi persepsi dan tingkah laku mereka terhadap makanan halal. Beberapa kajian menunjukkan bahawa golongan pengguna Muslim, khususnya dalam kalangan belia dan Generasi Z, masih mengalami kekeliruan dalam mengenal pasti logo halal yang sah, memahami komposisi bahan dalam makanan, serta menilai status pensijilan halal sesuatu produk [6-8]. Selain itu, terdapat juga dalam kalangan mereka yang membuat keputusan pembelian hanya berdasarkan kepercayaan peribadi atau pengaruh rakan sebaya, tanpa meneliti aspek pensijilan halal secara menyeluruh [9-10].

Oleh itu, kajian ini dijalankan bagi memahami sejauh mana pelajar IPT kursusnya di Kolej Komuniti, benar-benar peka terhadap pensijilan halal, termasuklah pensijilan halal, kesedaran halal, pengetahuan tentang komposisi makanan halal, dan minat membeli produk halal. Keempat komponen ini dipilih kerana ia memainkan peranan penting dalam pembentukan sikap dan tingkah laku pengguna terhadap makanan halal.

Kajian ini juga penting dalam konteks Revolusi Industri 4.0, di mana keterbukaan maklumat perlu disaring dan dinilai dengan bijak. Generasi pelajar hari ini bukan sahaja berperanan sebagai pengguna, tetapi juga bakal menjadi pengeluar dan penyedia perkhidmatan makanan. Maka, kepekaan mereka terhadap halal adalah keperluan mendesak yang perlu diteliti dan diperbaiki secara berterusan.

1.1 Pernyataan Masalah

Walaupun Malaysia sering diangkat sebagai hab halal global, pelbagai isu berkaitan kefahaman dan kesedaran terhadap pensijilan halal masih timbul, khususnya dalam kalangan pelajar muda. Kajian menunjukkan bahawa masih terdapat kekeliruan dalam kalangan pelajar terhadap konsep halal serta ketidakmampuan mengenal pasti logo halal yang sah [11]. Tambahan pula, tahap kesedaran pelajar terhadap komposisi makanan dan maksud sebenar halal masih bersifat sederhana, dan ini menyumbang kepada kekeliruan dalam membuat keputusan pembelian makanan halal [2]. Keadaan ini diburukkan lagi oleh lambakan produk import yang tidak memiliki pensijilan halal yang jelas serta manipulasi label oleh peniaga tidak bertanggungjawab. Jika masalah ini tidak ditangani, kita berhadapan dengan risiko pembentukan generasi pengguna yang tidak peka terhadap pematuhan halal, serta tenaga kerja industri makanan yang gagal mempraktikkan prinsip halal dalam penyediaan makanan. Tambahan pula, kurangnya pendedahan formal terhadap ilmu halal dalam kurikulum institusi pengajian tinggi menyebabkan pelajar hanya memiliki pengetahuan asas dan tidak mendalam [12]. Kajian juga mendapati bahawa pelajar sering terkeliru antara istilah halal, toyyiban, syubhah, dan haram, yang memberi kesan langsung kepada keyakinan mereka terhadap logo halal [13].

Sebaliknya, jika kajian ini dijalankan, ia dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang tahap kepekaan pelajar terhadap isu halal, serta mengenal pasti ruang yang perlu diperbaiki dalam aspek pendidikan dan kesedaran pengguna. Data yang diperolehi boleh digunakan oleh pihak pentadbir IPT, agensi pensijilan dan industri untuk merangka strategi pendidikan halal yang lebih efektif dan praktikal. Malah, jika intervensi dilakukan berdasarkan dapatan kajian, ia berpotensi melahirkan generasi pelajar yang lebih bertanggungjawab, berpengetahuan dan mampu menjadi duta halal di masa depan. Kajian ini juga menyokong matlamat Pelan Tindakan Halal Malaysia 2.0 dan Dasar Agromakanan Negara yang menekankan aspek integriti rantai makanan halal dari ladang ke meja. Jika pelajar sebagai pengguna dan bakal pengeluar tidak memahami tanggungjawab mereka terhadap halal, usaha negara untuk memajukan industri halal akan terbantut [14,15]. Terdapat 2 objektif kajian iaitu:

- i. Menilai tahap pensijilan halal, kesedaran halal, pengetahuan tentang komposisi makanan halal, dan minat membeli produk halal dalam kalangan pelajar Kolej Komuniti Sungai Petani (KKSP).
- ii. Menganalisis hubungan antara pensijilan halal, kesedaran halal, dan pengetahuan komposisi makanan halal dengan minat membeli produk halal dalam kalangan pelajar Kolej Komuniti Sungai Petani (KKSP).

2. Tinjauan Literatur

2.1 Kesedaran Pelajar terhadap Pensijilan Halal

Pensijilan halal memainkan peranan penting dalam memastikan sesuatu produk mematuhi kehendak syariah, terutamanya bagi pengguna Muslim yang semakin peka terhadap isu pematuhan dan etika pengguna. Dalam kalangan pelajar, kesedaran terhadap pensijilan halal bukan sahaja mempengaruhi corak pemilihan makanan dan barangan harian, tetapi juga mencerminkan kefahaman mereka terhadap nilai agama dan tanggungjawab sebagai pengguna Islam. Namun, tahap kesedaran ini dilihat berbeza mengikut latar belakang pendidikan, pendedahan maklumat dan penggunaan teknologi [2]. Oleh itu, adalah penting untuk meneliti sejauh mana kesedaran pelajar terhadap pensijilan halal dapat dipertingkatkan melalui pendidikan, teknologi dan penguatkuasaan yang berkesan.

Kesedaran terhadap pensijilan halal dalam kalangan pelajar merupakan aspek penting dalam memahami tingkah laku pengguna Muslim yang semakin kompleks. Kajian mendapati bahawa tahap kesedaran pelajar terhadap pensijilan halal masih berada pada tahap sederhana dan dipengaruhi oleh kurangnya pemahaman tentang prosedur dan kepentingan pensijilan halal dalam kehidupan seharian [2]. Keadaan ini mencerminkan jurang antara pengetahuan teoritikal dengan amalan sebenar dalam kalangan pelajar.

Namun begitu, pelajar yang didedahkan dengan pendidikan berkaitan halal melalui program formal menunjukkan tahap kefahaman yang lebih tinggi terhadap konsep pensijilan halal serta lebih proaktif dalam pemilihan produk halal [16,17]. Ini menunjukkan bahawa pendidikan sistematik mampu memperkukuh kesedaran halal dalam kalangan pelajar. Selain itu, kesedaran terhadap nilai etika termasuk kepatuhan terhadap aspek halal juga berkait rapat dengan pembentukan sahsiah dan pencapaian akademik pelajar [18]. Ini memperlihatkan bahawa integrasi nilai agama dalam pendidikan bukan sahaja membentuk pengguna yang bertanggungjawab, malah menyumbang kepada pembangunan diri secara holistik. Kajian turut mencadangkan penggunaan teknologi digital dan pendekatan interaktif seperti aplikasi mudah alih dan platform e-pembelajaran berpotensi besar dalam meningkatkan kesedaran pelajar terhadap isu halal [19]. Dalam masa yang sama, penguatkuasaan yang mantap oleh pihak berautoriti seperti JAKIM sangat penting dalam memastikan integriti sistem pensijilan halal terus diyakini oleh generasi muda [20,21].

2.2 Kesedaran Pelajar terhadap Pensijilan Halal

Dalam konteks gaya hidup Muslim, pemahaman terhadap komposisi makanan dan status halal merupakan elemen penting bagi memastikan pematuhan kepada prinsip syariah serta menjaga kesihatan tubuh badan. Kesedaran terhadap halal bukan sekadar mengenal pasti larangan seperti babi atau alkohol, tetapi turut merangkumi aspek kebersihan, proses penyediaan dan kandungan bahan makanan. Dalam kalangan pelajar, tahap kesedaran ini menunjukkan variasi yang ketara bergantung kepada latar belakang pendidikan, lokasi dan pendedahan maklumat [16]. Oleh itu, kajian tentang tahap kefahaman pelajar terhadap komposisi makanan dan pelabelan halal amat penting

bagi menilai keupayaan generasi muda membuat pilihan makanan yang lebih bertanggungjawab dan beretika.

Bagi pelajar Muslim, pemahaman terhadap komposisi makanan dan status halal memainkan peranan penting dalam memastikan pematuhan kepada prinsip syariah serta penjagaan kesihatan yang menyeluruh. Konsep halal bukan sekadar berkaitan dengan larangan terhadap bahan seperti babi dan alkohol, tetapi turut merangkumi aspek kebersihan, kaedah pemprosesan serta kandungan bahan mentah yang digunakan [22]. Kajian-kajian semasa menunjukkan bahawa tahap kesedaran pelajar mengenai komposisi makanan dan pelabelan nutrisi berbeza-beza, bergantung kepada latar belakang pendidikan dan persekitaran tempat tinggal [23]. Sebagai contoh, kajian di Kolej Komuniti Hulu Langat, Kajang mendapati bahawa pelajar menunjukkan tahap kesedaran yang sederhana hingga tinggi terhadap pensijilan halal dan kandungan makanan, khususnya apabila mereka diberikan pendedahan melalui program kesedaran khas [2]. Sementara itu, kajian oleh Azis dan Nurleli [24] di Kedah menunjukkan pelajar universiti memberi perhatian kepada label halal ketika membeli produk makanan, walaupun tahap amalan tidak setinggi kesedaran.

Kajian lain oleh Md Nor *et al.*, [25] dalam kalangan remaja di Malaysia mendapati bahawa walaupun terdapat pengetahuan asas terhadap pelabelan makanan, penggunaannya masih rendah disebabkan kekangan seperti kekeliruan, masa dan reka bentuk label yang tidak menarik. Manakala, Ovali dan Vatansev [26] pula menunjukkan bahawa kesedaran membaca label makanan berkait rapat dengan sikap terhadap pemakanan sihat dan halal, namun tahap kesedaran masih berbeza mengikut umur dan status ekonomi.

Secara keseluruhannya, dapatan ini menunjukkan bahawa walaupun terdapat pemahaman asas terhadap kepentingan pemilihan makanan sihat dan halal dalam kalangan pelajar, kesedaran ini masih belum diterjemahkan sepenuhnya ke dalam amalan. Pendedahan berterusan, pendidikan formal, dan penambahbaikan maklumat produk makanan adalah penting untuk merapatkan jurang antara pengetahuan dan perlakuan pengguna dalam kalangan pelajar.

2.3 Kesedaran Pelajar terhadap Pensijilan Halal

Minat membeli produk halal dalam kalangan pelajar semakin meningkat selari dengan pertumbuhan kesedaran terhadap aspek pematuhan syariah, keselamatan makanan, dan nilai etika pengguna. Namun, tahap kesedaran dan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk halal masih berbeza mengikut latar belakang pelajar, pengetahuan individu serta pengaruh pemasaran. Kajian menunjukkan bahawa walaupun pelabelan halal dianggap penting, faktor harga masih menjadi pertimbangan utama dalam keputusan membeli produk makanan [27].

Sebaliknya, pelajar yang menyertai program kesedaran halal menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan kecenderungan memilih produk halal, membuktikan keberkesanan pendekatan pendidikan komuniti [15]. Dalam kalangan pelajar universiti, kesedaran terhadap halal sering kali tidak disertai dengan amalan konsisten, terutamanya dalam kalangan pelajar wanita apabila membeli makanan ringan atau produk import [28]. Tambahan pula, gaya hidup halal dan penjenamaan Islam berperanan penting dalam meningkatkan minat membeli, khususnya apabila disokong oleh promosi media sosial dan jenama Muslim [29,30].

Akses kepada maklumat digital juga memainkan peranan besar dalam mendorong peningkatan kesedaran pengguna muda terhadap halal, walaupun pengetahuan mendalam tentang proses pensijilan halal masih terbatas [31]. Manakala, kajian lain mendapati bahawa pelajar dalam bidang pengajian Islam menunjukkan kesedaran yang tinggi dan memilih makanan secara lebih beretika dan patuh syariah [32]. Selain itu, kesedaran terhadap keperluan menyemak kesahihan maklumat halal melalui amalan tabayyun juga semakin meningkat, terutamanya dalam kalangan pelajar yang aktif di

media sosial [33]. Secara keseluruhan, dapatan kajian-kajian ini menunjukkan bahawa walaupun kesedaran dan minat membeli produk halal dalam kalangan pelajar semakin meningkat, masih wujud jurang antara pengetahuan, sikap dan amalan. Maka, pendidikan berterusan, strategi pemasaran meyakinkan serta literasi digital berkaitan halal perlu diperkukuh untuk membina amalan pembelian produk halal yang konsisten dan selari dengan nilai keislaman.

3. Metodologi

Kajian ini menggunakan reka bentuk kajian kuantitatif dengan pendekatan tinjauan soal selidik bagi menilai tahap kesedaran pelajar terhadap pensijilan halal, kefahaman mengenai komposisi makanan, dan minat mereka dalam pembelian produk halal. Populasi kajian terdiri daripada pelajar dua program pengajian iaitu Sijil Kulinari (SKU) seramai 111 orang dan Sijil Operasi Perubatan (SOP) seramai 62 orang, menjadikan jumlah keseluruhan populasi seramai 173 orang pelajar. Kaedah persampelan sensus telah digunakan, di mana kesemua pelajar dalam populasi telah dijemput untuk menyertai kajian ini. Secara keseluruhan, seramai 121 orang pelajar telah memberikan maklum balas, menjadikan kadar respons sebanyak 69.4%, yang dianggap memuaskan dan mencukupi untuk tujuan analisis dalam kajian ini. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen soal selidik yang diadaptasi daripada kajian Mohd Nor dan Hassan [2]. Soal selidik ini dibahagikan kepada beberapa bahagian, iaitu Bahagian A: maklumat demografi, Bahagian B: tahap kesedaran terhadap pensijilan halal, Bahagian C: pengetahuan tentang komposisi makanan, dan Bahagian D: minat dalam membeli produk halal. Soal selidik telah disebarikan secara dalam talian dengan menggunakan *Google form*. Ujian normaliti mendapati data tidak mengikut taburan normal, maka analisis korelasi Spearman telah dijalankan. Ujian rintis telah dijalankan dengan menggunakan 30 orang pelajar sebagai responden. Nilai cronbach alpha yang diperoleh adalah boleh diterima. Keempat-empat skala menunjukkan kebolehpercayaan yang sangat tinggi ($\alpha = .938-.964$).

4. Hasil dan Perbincangan

Daripada keseluruhan 121 responden, majoriti adalah perempuan (65.3%) berbanding lelaki (34.7%). Dari segi umur, kebanyakan responden berada dalam lingkungan 18–20 tahun (88.4%), diikuti 21–23 tahun (9.9%) dan hanya sebilangan kecil berumur 23 tahun ke atas (1.7%). Dari segi program pengajian, 71.9% mengikuti Sijil Kulinari manakala 28.1% berada dalam program Operasi Perhotelan. Bagi pembahagian kelas, SKU 1 mencatat peratusan tertinggi (22.3%), diikuti SKU 3 (18.2%), SKU 2A dan SKU 2B masing-masing 15.7%, SOP 1 (11.6%), SOP 2B (7.4%), SOP 2A (5.8%), dan SOP 3 (3.3%). Mengenai sumber maklumat awal tentang persijilan halal dalam makanan, internet merupakan saluran utama (52.9%), diikuti ibu bapa/keluarga (30.6%), TV/radio (7.4%), buku/majalah/akhbar (5.8%) dan rakan-rakan (3.3%).

Jadual 1

Demografi responden

Item	Frekuensi	Peratus (%)
Jantina		
Lelaki	42	34.7
Perempuan	79	65.3
Umur		
18 - 20 tahun	107	88.4
21 - 23 tahun	12	9.9
23 tahun ke atas	2	1.7
Program		
Sijil Kulinari	87	71.9
Sijil Operasi Perhotelan	34	28.1
Kelas		
SKU 1	27	22.3
SKU 2A	19	15.7
SKU 2B	19	15.7
SKU 3	22	18.2
SOP 1	14	11.6
SOP 2A	7	5.8
SOP 2B	9	7.4
SOP 3	4	3.3
Dari manakah anda pertama kali mengetahui persijilan halal dalam makanan		
Buku/Majalah/Akbar	7	5.8
Intenet	64	52.9
TV/Radio	9	7.4
Ibu bapa dan keluarga	37	30.6
Rakan-rakan	4	3.3

4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif terhadap empat konstruk kajian menunjukkan tahap skor min yang tinggi bagi semua pemboleh ubah yang diukur. Min tertinggi dicatatkan pada konstruk minat membeli produk halal (min = 4.38, SP = 1.05), diikuti kesedaran halal (min = 4.35, SP = 0.84), pengetahuan tentang komposisi makanan halal (min = 4.16, SP = 0.94), dan pensijilan halal (min = 4.07, SP = 0.83). Sisihan piawai yang sederhana hingga tinggi menggambarkan wujudnya sedikit kepelbagaian pandangan dalam kalangan responden, namun secara keseluruhan skor min yang melebihi 4.0 menandakan tahap kesedaran, pengetahuan, dan minat yang berada pada tahap positif.

4.2 Analisis Korelasi Spearman

Ujian korelasi Spearman pula menunjukkan hubungan positif yang signifikan ($p < 0.01$) antara semua konstruk. Pensijilan halal berkorelasi kuat dengan kesedaran halal ($r_s = 0.741$), komposisi makanan halal ($r_s = 0.704$), dan minat membeli produk halal ($r_s = 0.606$). Kesedaran halal pula mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan komposisi makanan halal ($r_s = 0.787$) serta minat membeli ($r_s = 0.720$). Selain itu, komposisi makanan halal juga berkorelasi positif dengan minat membeli ($r_s = 0.687$). Dapatan ini menunjukkan bahawa peningkatan dalam kesedaran dan pengetahuan pelajar mengenai pensijilan serta komposisi makanan halal berpotensi meningkatkan

kecenderungan mereka untuk membeli produk halal, selari dengan pandangan Mohd Nor dan Hassan (2022) [2] serta Yaacob et al. (2023) [15] bahawa faktor kesedaran dan kefahaman memainkan peranan utama dalam mempengaruhi niat pembelian produk halal.

Jadual 2

Analisis Korelasi Spearman

Konstruk	Kesedaran Halal (rs)	Komposisi Makanan Halal (rs)	Minat Membeli (rs)
Pensijilan Halal	0.741	0.704	0.606
Kesedaran Halal	-	0.787	0.720
Komposisi Makanan Halal	0.787	-	0.687
Minat Membeli	0.720	0.687	-

4.3 Perbincangan Analisis Deskriptif

Keputusan analisis deskriptif memperlihatkan bahawa pelajar Kolej Komuniti Sungai Petani (KKSP) mempunyai tahap kesedaran dan minat yang tinggi terhadap aspek pensijilan halal, komposisi makanan, dan pemilihan produk halal, dengan semua skor min melebihi 4.0. Nilai ini bukan sahaja selari dengan dapatan Mohd Amin *et al.*, [16] dan Azlan *et al.*, [14] yang meneliti pelajar hospitaliti di peringkat diploma, tetapi sedikit lebih tinggi berbanding kajian oleh Mohd Nor dan Hassan [2] di Kolej Komuniti Hulu Langat yang mencatat skor min sekitar 3.8–4.0. Perbezaan ini berkemungkinan berpunca daripada faktor geografi dan budaya pengguna di Kedah yang mempunyai tahap kesedaran agama lebih tinggi serta liputan media berkaitan halal yang lebih meluas. Menariknya, dapatan ini juga mencadangkan bahawa gabungan pendedahan formal (modul pengajian) dan pendedahan tidak formal (media sosial, pengaruh keluarga) memainkan peranan penting dalam membentuk persepsi positif terhadap halal. Namun, seperti yang ditekankan oleh Ovalı dan Vatansev [26], kesedaran yang tinggi tidak semestinya diterjemahkan kepada amalan konsisten — ini menunjukkan bahawa walaupun skor min tinggi di KKSP, intervensi untuk menutup jurang pengetahuan–amalan masih diperlukan.

Implikasi praktikal daripada dapatan ini ialah KKSP boleh memanfaatkan kekuatan kesedaran sedia ada untuk memperkenalkan modul berasaskan senario sebenar, seperti audit logo halal di peringkat komuniti atau projek kolaborasi dengan JAKIM, bagi memastikan kesedaran ini dapat diintegrasikan ke dalam tingkah laku pembelian sebenar.

4.4 Perbincangan Analisis Korelasi Spearman

Dapatan korelasi Spearman menunjukkan hubungan yang kuat antara kesedaran halal dan minat membeli ($rs = 0.720$), selaras dengan dapatan Hasim *et al.*, [30] dan Marmaya *et al.*, [28]. Walau bagaimanapun, nilai ini lebih tinggi berbanding kajian Marmaya *et al.*, yang hanya merekodkan $rs = 0.58$, berkemungkinan disebabkan oleh konteks KKSP yang mempunyai program kulinari dan hospitaliti — pelajar terdedah secara langsung kepada modul halal dalam pembelajaran mereka. Ini mencadangkan bahawa pendedahan praktikal dalam kurikulum boleh menguatkan hubungan antara kesedaran dan minat membeli. Sebaliknya, hubungan antara pensijilan halal dan minat membeli ($rs = 0.606$) walaupun signifikan, adalah lebih rendah berbanding dapatan Chong *et al.*, [27] yang menilai pengguna umum. Perbezaan ini mungkin disebabkan pelajar KKSP cenderung lebih dipengaruhi oleh faktor rakan sebaya atau harga berbanding hanya bergantung kepada logo halal semata-mata. Faktor ini menunjukkan bahawa strategi pendidikan halal perlu bukan sahaja memfokuskan aspek pengenalan logo, tetapi juga menggabungkan elemen literasi pengguna seperti semakan bahan dan tabayyun maklumat. Perbandingan dengan kajian oleh Said *et al.*, [31] yang mendapati pengaruh

kesedaran halal terhadap minat membeli menjadi lemah apabila wujud faktor harga yang tinggi, memberi isyarat bahawa walaupun kesedaran tinggi, intervensi seperti subsidi atau promosi harga mungkin diperlukan untuk memastikan pembelian produk halal konsisten.

5. Kesimpulan

Secara kesimpulan, dapatan kajian menunjukkan tahap minat membeli, kesedaran halal, pengetahuan komposisi dan kefahaman pensijilan halal berada pada paras tinggi. Memandangkan taburan data tidak normal, analisis Spearman digunakan dan semua hubungan yang diuji didapati positif serta signifikan. Antara faktor yang dikaji, kesedaran halal muncul sebagai penentu paling kuat terhadap minat membeli, diikuti pengetahuan tentang komposisi makanan dan kefahaman pensijilan. Secara praktikal, semakin tinggi pendedahan serta kefahaman pelajar terhadap isu halal, semakin besar kecenderungan mereka memilih produk berlogo halal. Dapatan ini selari dengan kajian Yaacob *et al.*, [15] dan Mohd Nor dan Hassan [2] yang menegaskan bahawa kesedaran dan kefahaman halal merupakan faktor dominan yang mempengaruhi niat pembelian produk halal. Dalam konteks generasi muda, akses kepada maklumat digital seperti media sosial turut menjadi saluran utama yang membentuk persepsi dan tingkah laku pembelian [15,30]. Walau bagaimanapun, literatur juga menunjukkan bahawa kesedaran yang tinggi tidak semestinya diterjemahkan kepada amalan konsisten, terutamanya apabila faktor harga atau pengaruh rakan sebaya menjadi pertimbangan utama [27,31]. Justeru, intervensi yang menekankan literasi digital halal dan pendidikan berterusan adalah penting bagi memastikan pengetahuan dan kesedaran ini dapat diintegrasikan ke dalam keputusan pembelian sebenar.

5.1 Implikasi Kajian

Untuk KKSP, integrasikan literasi Halal secara merentas kursus (kulinari, hotel) melalui tugasan autentik, contoh audit label, semak logo halal yang sah, dan simulasi keputusan pembelian disokong bengkel bersama Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM)/ *Halal Development Corporation (HDC)* serta pentauliahahan-mikro (micro-credential) jangka pendek. Dari sudut komunikasi, tumpukan kempen berasaskan media sosial (infografik pantas, video pendek) kerana ia saluran maklumat utama pelajar; sediakan juga senarai semakan/QR pautan semakan pensijilan untuk kegunaan kelas dan kafeteria kampus. Pada aras polisi, manfaatkan dapatan ini untuk memperkemas garis panduan perolehan kampus (keutamaan pembekal bersijil halal) dan memudahkan akses semakan status halal di persekitaran pembelajaran.

5.2 Cadangan Kajian Hadapan

Beberapa cadangan kajian lanjutan telah diberikan seperti penulisan kajian boleh dinaik taraf analisis dengan menggunakan *multiple regression/PLS-SEM* (sertakan *bootstrapping*) bagi mengenal pasti peramal (predictor) dominan sambil mengawal pemboleh ubah lain; uji mediasi (cth. kesedaran → kepercayaan → minat) dan moderasi (jantina, program). Luas dan pelbagaikan sampel merentasi beberapa Kolej Komuniti/Politeknik, gabungkan data tingkah laku sebenar (resit pembelian/observasi) serta kualitatif (Focus Group Discussion [FGD]) untuk jelaskan jurang pengetahuan–amalan. Memandangkan data Likert cenderung tidak normal, pertimbangkan *ordinal logistic/Bayesian SEM* atau transformasi, dan laporkan juga *McDonald's ω /ordinal α* ; akhirnya, masukkan faktor tambahan seperti agama, pendedahan media sosial, dan sensitiviti harga untuk model yang lebih holistik.

Pengiktirafan

Kajian penyelidikan ini tidak dibiayai oleh mana-mana geran.

Rujukan

- [1] Azam, Md Siddique E., and Moha Asri Abdullah. "Global halal industry: realities and opportunities." *IJIBE (International Journal of Islamic Business Ethics)* 5, no. 1 (2020): 47-59. <http://dx.doi.org/10.30659/ijibe.5.1.47-59>.
- [2] Nor, Nornazlina Binti Mohd, and Zulkurnain Bin Hassan. "Student awareness of halal certification, halal awareness, food composition and interest in buying halal products among students at hulu langat community college, Kajang Selangor." *International Journal of Humanities Technology and Civilization* 7, no. 2 (2022): 67-76. <https://doi.org/10.15282/ijhtc.v7i2.7763>.
- [3] Chotib, Moch, Martha Eri Safira, and Rohmah Maulidia. "Implementation Government Regulations Number 31 of 2019 Accelerates Halal Product of Indonesian Excelled on the World Stage." <https://doi.org/10.47191/ijmra/v5-i11-22>.
- [4] Laluddin, Hayatullah, Sayed Sikandar Shah Haneef, Norma Md Saad, and Haniza Khalid. "The scope, opportunities and challenges of Halal industry: Some reflections." *International Journal of Economics, Management and Accounting* 27, no. 2 (2019): 397-421. <https://doi.org/10.31436/ijema.v27i2.728>.
- [5] Rahim, Siti Majidah, and Nor Surilawana Sulaiman. "Role of Industry Players in Brunei's Halal Industry Development." *KnE Social Sciences* (2023): 1030-1044. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i18.14309>.
- [6] Normasyhuri, Khavid, Relit Nur Edi, Hervin Yoki Pradikta, and Erike Anggraeni. "Halal Food Awareness and Halal Certification: Halal Food Purchasing Decisions of Generation Z Muslim Consumers in Urban and Sub-Urban Areas." *ASAS* 16, no. 2 (2024): 203-226. <https://doi.org/10.24042/asas.v16i2.24640>.
- [7] Karimah, Nida Alya. "Effect of halal awareness, halal certification, food ingredients composition, halal marketing and religiosity on purchase intention of imported food products." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* (2023). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.319>.
- [8] Santosa, Syifana Ghita, and Muhamad Rizky Rizaldy. "The Effect Of Halal Awareness, Religiosity, Product Ingredients Knowledge, And Halal Certification On The Purchase Decision Of Halal Fast Food." *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah* 3, no. 1 (2022): 1-12. <https://doi.org/10.55210/arribhu.v3i1.804>.
- [9] Hamdan, Haslenna, Zuraini Mat Issa, Normala Abu, and Kamaruzaman Jusoff. "Purchasing decisions among Muslim consumers of processed halal food products." *Journal of Food Products Marketing* 19, no. 1 (2013): 54-61. <https://doi.org/10.1080/10454446.2013.724365>.
- [10] Zahra, Inas Afifah, Muhammad Said, and Firman Muhammad. "An Empirical Study on Korean Packaged Halal Food Manufactures: Muslim Millennial Consumers' Purchase Intention." *International Journal of Economics, Management, Business, and Social Science (Ijembis)* 3, no. 3 (2023): 390-402. <https://doi.org/10.59889/ijembis.v3i3.153>.
- [11] Hashim, Noor Haslihsa, Nitty Hirawaty Kamarulzaman, Suhaimi Ab Rahman, and Mohhidin Othman. "Relationship between awareness, knowledge, and attitude towards behavioural intention of halal jobs among muslim university students." *Journal of Halal Industry & Services* 3, no. 1 (2020). <https://doi.org/10.36877/jhis.a0000152>.
- [12] Tumiran, Mohd Amzari, Nasharuddin Mohammad, and Zulaipa Ruzulan. "Understanding Level of Science-Related Halal Academic Courses Among Malaysian University Students: An Experimental Approach." In *Enhancing Halal Sustainability: Selected Papers from the 4th International Halal Conference 2019*, pp. 17-25. Singapore: Springer Singapore, 2021. https://doi.org/10.1007/978-981-33-4854-7_2
- [13] Zulkafli, Zuriani, Shahrul Hafiz Sabri, and Zawati Zulkafli. "HALAL AWARENESS AMONG HOSPITALITY LECTURERS AND STUDENTS: A QUANTITATIVE STUDY AT CHENDEROH COMMUNITY COLLEGE, MALAYSIA." *IBAF E-PROCEEDINGS Учендумелу: Universiti Sains Islam Malaysia* 11, no. 1 (2024): 638-649. <https://doi.org/10.33102/dcg8pc96>.
- [14] Azlan, Azrina, Nurzalinda Zalbahar, Susmita Sultana, Siti Maizura Mohd Daud, dan Ari Yuniastuti. 2022. "Students' Perception, Knowledge, Attitude and Behaviour towards Halal Food Products in Malaysia." *Food Research* 6 (2): 99–109. [https://doi.org/10.26656/fr.2017.6\(2\).186](https://doi.org/10.26656/fr.2017.6(2).186).
- [15] Yaacob, Teh Zaharah, Farid Rangkuti Abdullah, Mohd Zulfabli Hasan, and H. I. Che Hashim. "Determinants factors of purchase behaviour towards the intention to purchase halal certified products among university students." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 13, no. 7 (2023). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i7/17199>.
- [16] Amin, Al'Uyuna Mohd, Zalina Zakaria, Alina Abdul Rahim, and Norhayati Rafida Abdul Rahim. "Consumer obligatory practices, knowledge and behaviour towards halal certification in Malaysia." In *International Conference on Zakat, Tax, Waqf And Economic Development. Langkawi, Kedah, Malaysia*, pp. 1-2. 2019.

- [17] Basarud-din, Siti Khalilah, Ram Al Jaffri Saad, and Abdulrasheed Abdullah Aminullah. "Malaysian halal certification: a study of compliance behavior of Muslim entrepreneurs." *Global Journal Al-Thaqafah* 12, no. 2 (2022): 46-65. <https://doi.org/10.7187/gjat122022-4>.
- [18] Hashim, Nur Sabrina, and Ahmad Rosli Mohd Nor. "The benefit of halal certificate application from small and medium industries perspective." *Journal of Islamic Philanthropy & Social Finance (JIPSF)* 4, no. 2 (2022): 102-112. https://doi.org/10.24191/jipsf/v4n22022_102-112.
- [19] Helmi, Rabab Alayham Abbas, Mohammed Hazim Alkawaz, and Siti Nazazihah Rahmat. "Trusted halal application for Malaysian cosmetic products." In *2020 16th IEEE international colloquium on signal processing & its applications (CSPA)*, pp. 1-6. IEEE, 2020. <https://doi.org/10.1109/CSPA48992.2020.9068678>.
- [20] Daud, Ainnur Husna Mohd, U. H. M. S. Lee, and Anita Ismail. "The practice of halal certification: A case of Malaysia's halal meat-based industry." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 13, no. 8 (2023): 1484-1497. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i8/17666>.
- [21] Nazim, Nor Aina Mardhiah, and Syarifah Md Yusof. "Halal legislation enforcement of food premises in Malaysia." *Global Journal Al-Thaqafah* 1, no. 1 (2023): 151-164. <https://doi.org/10.7187/gjatsi072023-12>.
- [22] Ibrahim, Ima Ilyani, Mohamad Niza Md Nor, Zulaiha Ahmad, Mohd Fazly Mohd Razali, and Zulkafli Mansor. "Examining The Awareness of Muslim Consumers Towards Halal Food." *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices* 6, no. 21 (2023): 175-183. <https://doi.org/10.35631/ijemp.621014>.
- [23] Latiff, Zul Ariff Abdul. "Lifestyle Demographic and Food Label Consumption." In *Consumer Behavior and Marketing*. IntechOpen, 2020. <https://doi.org/10.5772/intechopen.86022>.
- [24] Azis, Rayhan dan Nurleli. 2024. "Effect of Halal Labeling on Food Purchasing Decisions: A Case Study of Bandung Islamic University and UTM Kedah Malaysia." *Journal of Halal Science, Industry, and Business* 2 (1): 52-64. <https://doi.org/10.31098/jhasib.v2i1.2274>.
- [25] Nor, Norazmir Md, Siti Farhanah Mohd Rusli, and Umami Mohlisi Mohd Asmawi. "Awareness, knowledge, and practices towards reading snack food labels among Malaysian adolescents." *Jurnal Gizi dan Pangan* 18, no. 1 (2023): 61-70. <https://doi.org/10.25182/jgp.2023.18.1.61-70>.
- [26] Ovali, Fadime, and Hüsamettin Vatansev. "Evaluation of Food Label Reading Awareness, Healthy and Halal Nutrition Attitudes in Adults." *Academic Platform Journal of Halal Lifestyle* 6, no. 2 (2024): 58-65. <https://doi.org/10.53569/apjhl.1542452>.
- [27] Chong, Shyue Chuan, Chin Chai Yeow, Choon Wei Low, Pei Yew Mah, and Diep Thanh Tung. "Non-Muslim Malaysians' purchase intention towards halal products." *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 8 (2022): 1751-1762. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2020-0326>.
- [28] Marmaya, Najihah Hanisah, Za Zakaria, and Mohd Nasir Mohd Desa. "Gen Y consumers' intention to purchase halal food in Malaysia: a PLS-SEM approach." *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 3 (2019): 1003-1014. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2018-0136>.
- [29] Bahjam, Zairina, Shaizatulaqma Kamalul Ariffin, and Nabsiah Abdul Wahid. "Consuming halal products the dynamics of trustworthiness, Self-Efficacy and purchase intention." *Global Journal Al-Thaqafah, Special Issue* (2022): 121-134. <https://dx.doi.org/10.7187/GJATSI022022-13>.
- [30] Hasim, Muhammad Asyraf, Amran Harun, Fatimah Ibrahim, Sallaudin Hassan, and Mohd Fikri Ishak. "Digital marketing strategies and consumer behaviour: Insights into online purchase intention for halal cosmetics in Malaysia." *PaperASIA* 41, no. 1b (2025): 93-105. <https://doi.org/10.59953/paperasia.v41i1b.359>.
- [31] Said, Mahiah, Faridah Hassan, Muhammad Asyraf Hasim, and Mohd Faizun Mohamad Yazid. "Assessing the Validity of the Halal Consumption Congruence (HaCC) Model towards Consumer's Purchase Intention of Malaysia's Halal Food Products." *Journal of Fatwa Management and Research* 30, no. 1 (2025): 101-122. <https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol30no1.620>.
- [32] Subri, Muhammad Adnin, and Muhammad Hanif Othman. "Determinants of Halal Personal Care Products Purchase Intention: Empirical Evidence from Selected University Students in Malaysia." *International Journal of Academic Reserach in Economics and Management Sciences* 11, no. 3 (2022).