

Peran Moderasi Literasi Halal Terhadap Adopsi Makanan Kemasan Halal untuk Konsumsi Berkelanjutan di Kalangan Generasi Muslim Zilenial Kecamatan Ulaweng

Dedy Kurniawan¹, Rahma Hidayati Darwis², Muhammad Ardi³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bone

dhedhykurniawan3@gmail.com¹, rahma_darwis@yahoo.com², ardi65904@gmail.com³

ABSTRACT

This study examines the moderating role of halal literacy in the adoption of halal packaged foods among Generation Z Millennials to promote sustainable consumption. The research expands the Theory of Planned Behavior (TPB) by incorporating the variable of halal literacy, a novel contribution to the literature. A quantitative approach was employed through a survey involving Generation Z Millennials selected via simple random sampling. Moderation regression analysis was conducted to assess how halal literacy influences the relationship between attitudes, subjective norms, behavior control, and the intention and adoption behavior of halal packaged foods. Findings indicate that halal literacy significantly strengthens the positive influence of attitudes towards halal packaged foods, enhances supportive subjective norms for adoption, and facilitates better behavioral control in selecting halal products. These results offer critical insights for developing effective educational and marketing strategies to enhance halal literacy among Generation Z Millennials, supporting sustainable consumption choices and promoting broader societal well-being.

Keywords : Halal Literacy Moderation, Halal Packaged Food Adoption, SmartPLS.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji peran moderasi literasi halal dalam adopsi makanan kemasan halal di kalangan Generasi Zilenial untuk mendukung konsumsi berkelanjutan. Studi ini memperluas teori Planned Behavior (TPB) dengan memasukkan variabel literasi halal, yang merupakan kontribusi baru dalam literatur. Pendekatan kuantitatif digunakan melalui survei dengan responden Generasi Zilenial yang dipilih secara simple random sampling. Analisis regresi moderasi dilakukan untuk mengevaluasi bagaimana literasi halal mempengaruhi hubungan antara sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku dengan niat serta perilaku adopsi makanan kemasan halal. Temuan menunjukkan bahwa literasi halal secara signifikan memperkuat pengaruh sikap positif terhadap makanan kemasan halal, meningkatkan norma subjektif yang mendukung adopsi, serta memfasilitasi kontrol perilaku yang lebih baik dalam memilih produk halal. Hasil ini memberikan wawasan penting untuk pengembangan strategi edukasi dan pemasaran yang efektif dalam meningkatkan literasi halal di kalangan Generasi Zilenial, mendukung pilihan konsumsi yang berkelanjutan dan mempromosikan kesejahteraan masyarakat secara lebih luas.

Kata kunci : Moderasi Literasi Halal, Adopsi Makanan Kemasan Halal, SmartPLS.

PENDAHULUAN

Literasi halal menjadi perhatian penting bagi generasi zilenial melalui tiga aspek: kesadaran, kepercayaan, dan gaya hidup. Kesadaran akan pentingnya konsumsi produk halal memperkuat kerukunan dan kebersamaan di masyarakat (Temanggung, 2023). Kepercayaan, didukung oleh sertifikasi halal, meningkatkan keyakinan konsumen terhadap produk tersebut, terutama di Indonesia dengan mayoritas penduduk Muslim (Friska, 2021). Gaya hidup halal juga penting untuk memperkuat pemahaman dan narasi di kalangan

muslimah. Ini membuka peluang besar di pasar global, terlihat dari peningkatan industri halal dalam beberapa tahun terakhir (Noor, 2023).

Studi ini mengadopsi Teori Planned Behaviour (TPB) dalam menyelidiki adopsi makanan kemasan halal untuk konsumsi berkelanjutan di kalangan generasi milenial. TPB didasarkan pada asumsi umum perekonomian neoklasik bahwa masyarakat pada umumnya rasional dan sangat egois (Ajzen, 1991). TPB telah dibantah oleh asumsi para ekonom yang mengatakan bahwa manusia bersifat subyektif dan sangat rasional (Simon et al., 2004). Memanfaatkan asumsi ini, penelitian ini tetap mempertahankan sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol sebagai prediktor adopsi makanan kemasan halal, yang merupakan perilaku riil generasi milenial, dengan menggunakan satu tambahan variabel mediator, yaitu literasi halal, yang memoderasi hubungan antara ketiga variabel prediktor tersebut dengan adopsi makanan kemasan halal. Literasi halal yang dimaksudkan adalah kemampuan untuk membedakan barang dan jasa yang diizinkan (halal) dan terlarang (haram) yang berasal dari pemahaman yang lebih baik tentang hukum Islam (syariah) (Hayati & Putri, 2021). Atas dasar ini, variabel moderating literasi halal ditambahkan ke dalam TPB.

Penelitian sebelumnya mengenai literasi halal dalam adopsi makanan kemasan halal belum banyak menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB). Namun, penelitian terkait menunjukkan bahwa literasi halal berpengaruh pada gaya hidup, pola konsumsi, dan pengetahuan konsumsi. (Ramadhani et al., 2021) menemukan bahwa literasi halal dapat meningkatkan konsumtivitas, sementara (Amrin et al., 2022) menunjukkan bahwa literasi halal beragam di kalangan mahasiswa. Dalam pola konsumsi, penelitian oleh (Pratama & Hartati, 2020) dan (Rohim & Priyatno, 2021) menunjukkan bahwa literasi halal dan religiositas signifikan mempengaruhi konsumsi produk halal. (Fadilah et al., 2022) dan (Atha & Rini, 2022) menemukan bahwa pengetahuan konsumsi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian makanan halal dan konsumsi berkelanjutan. Generasi Z, yang lahir antara 1995-2010, dikenal sebagai generasi yang selalu terhubung dengan teknologi dan dunia maya (Dewi et al., 2022) dan (Wijaksana, 2021).

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk melengkapi penelitian sebelumnya yang belum memberikan perhatian yang cukup terhadap penyelidikan peran moderasi literasi halal terhadap adopsi makanan kemasan halal untuk konsumsi berkelanjutan di kalangan generasi milenial melalui pengembangan teori planned behavior dengan menambahkan variabel literasi halal. Dengan demikian, penelitian ini dianggap sebagai penelitian yang pertama dari jenisnya yang dirancang untuk menyelidiki peran moderasi literasi halal terhadap adopsi makanan kemasan halal untuk konsumsi berkelanjutan di kalangan generasi milenial. Oleh karena itu studi ini berkontribusi terhadap literatur dengan berfokus pada moderasi literasi halal terhadap adopsi makanan kemasan halal dalam pengembangan TPB.

Analisis data konsumsi berkelanjutan menunjukkan bahwa generasi Muslim Milenial di Kecamatan Ulaweng cenderung memilih produk dengan sertifikasi halal sebagai bagian dari nilai berkelanjutan mereka. Konteks lokal, seperti keberadaan produsen makanan halal lokal atau inisiatif lokal, dapat memoderasi hubungan antara literasi halal

dan adopsi makanan kemasan halal. Hal ini sesuai dengan Q.S. Al-Baqarah Ayat 168 yang menekankan pentingnya mengonsumsi makanan halal dan baik:

عَدُوٌّ مُّبِينٌ يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ

"Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu."

M. Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Mishbah Jilid 1 menjelaskan bahwa ayat ini ditujukan kepada seluruh manusia, mengingatkan bahwa meski banyak nikmat di bumi, tidak semuanya halal untuk dikonsumsi. Allah SWT memerintahkan untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik, yang bermanfaat bagi manusia (Nurfajrina, 2023).

TINJAUAN LITERATUR

Teori Planned Behaviour (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan pengembangan dari teori tindakan beralasan yang berpendapat bahwa niat untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh norma subjektif dan sikap terhadap perilaku tersebut (Ajzen, 1991). Ajzen kemudian menambahkan faktor kontrol perilaku yang dirasakan secara pribadi ke dalam Theory of Planned Behavior (TPB). TPB menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku memprediksi suatu perbuatan, dengan pentingnya menguji sikap terhadap norma subjektif dan mengukur kontrol perilaku (Ajzen, 1991).

Dalam konteks ekonomi Islam, TPB telah dimodifikasi dengan variabel kepatuhan syariah dalam studi ini, TPB diterapkan dengan mempertahankan variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, sambil menambahkan kepatuhan syariah sebagai prediktor adopsi makanan kemasan halal. Dengan demikian, keempat prediktor tersebut, yaitu kepatuhan syariah (KSY), sikap (Si), norma subjektif (NS), dan persepsi kontrol perilaku (PKP), diharapkan dapat mempengaruhi adopsi makanan kemasan halal melalui niat.

Adopsi makanan kemasan halal

Adopsi makanan kemasan halal (Y) menurut (Ajzen, 1991) bergantung pada keinginan berperilaku (behavioral intention), yang terdiri dari sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Perilaku adalah hasil dari berbagai pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya, yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap, dan tindakan (Psychologymania, 2023). Departemen Pendidikan Nasional (Depdiknas) dalam jurnal Dewi Anissa Qist menyatakan bahwa perilaku merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan (Qisti et al., 2021). Menurut Budiharto dalam jurnal Erida Farida, perilaku manusia terdiri atas aspek psikologi, fisiologi, dan sosial yang saling berperan dalam pembentukannya, sehingga sulit dibedakan pengaruhnya (Syarief et al., 2022).

Literasi Halal

Literasi halal adalah kemampuan untuk membedakan barang dan jasa yang diizinkan (halal) dan terlarang (haram) yang berasal dari pemahaman yang lebih baik

tentang hukum Islam (syariah) (Hayati & Putri, 2021). Literasi halal merupakan pengetahuan dan pemahaman seseorang atau masyarakat tentang suatu produk yang akan mereka konsumsi (Yuwana & Hasanah, 2021). Suatu produk halal atau haram tidak hanya terbatas pada label halal saja, akan tetapi masyarakat juga harus memahami dan mengetahui barang yang dikonsumsinya tersebut dari bahan halal atau tidak (Pratama & Hartati, 2020).

Sikap

Menurut Icek Ajzen, sikap (attitude) adalah jumlah afeksi (perasaan) yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu objek atau perilaku, diukur dengan skala evaluatif dua kutub, seperti suka dan tidak suka, baik dan buruk (Ajzen, 1991). Jalaluddin Rakhmat menyatakan bahwa sikap adalah kecenderungan seseorang untuk bertindak, berpikir, dan merasa bahwa dirinya paling baik dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai (Tiffany, 2023). Sikap bukanlah perilaku, melainkan kecenderungan untuk berperilaku dengan metode tertentu terhadap objek sikap, yang bisa berupa orang, tempat, gagasan, atau situasi (Wawan & Teori, 2016).

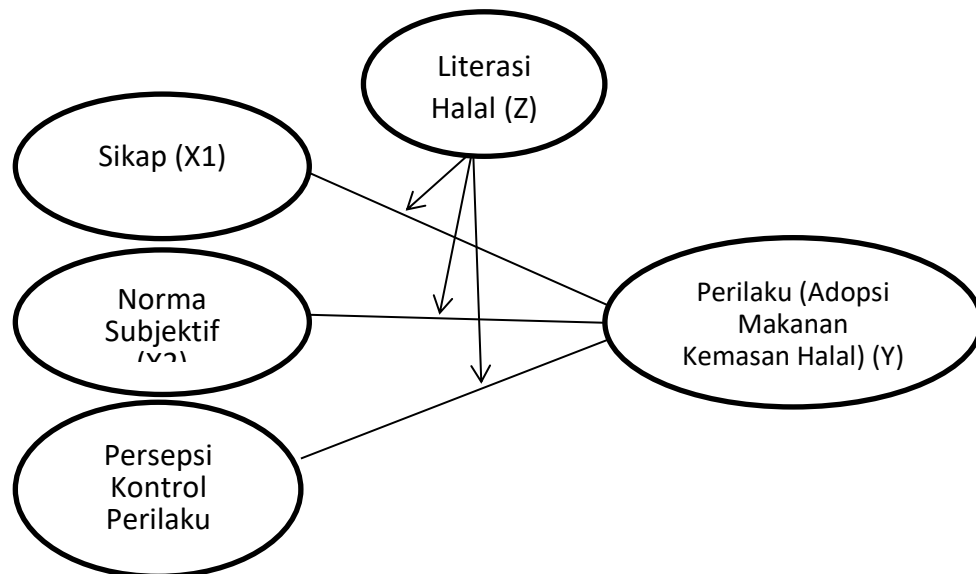
Norma Subjektif

Menurut Icek Ajzen, norma subjektif adalah persepsi individu terhadap tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Norma-norma subjektif (subjective norms) merupakan pengaruh sosial yang mempengaruhi seseorang untuk berperilaku. Seseorang akan cenderung memiliki keinginan terhadap suatu objek atau perilaku jika ia terpengaruh oleh orang-orang di sekitarnya atau yakin bahwa lingkungannya mendukung tindakannya (Sumarna et al., 2022). Untuk memahami niat seseorang, perlu juga mengukur norma-norma subjektif yang mempengaruhi niatnya untuk bertindak (Simbolon, 2018). Norma subjektif merujuk pada persepsi individu tentang sejauh mana orang-orang di sekitarnya mengharapkan atau mendukung perilaku tertentu, dan sejauh mana individu merasa tekanan sosial untuk mengikuti norma-norma tersebut (Fajariyah, 2020).

Persepsi Kontrol Perilaku

Menurut Icek Ajzen persepsi kontrol perilaku atau disebut juga dengan kontrol perilaku adalah perasaan seseorang mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Menurut Teo dan Lee Persepsi kontrol berperilaku (perceived behavioral control) menggambarkan tentang perasaan kemampuan diri (self efficacy) individu dalam melakukan suatu perilaku (Mirawati et al., 2016). Persepsi kontrol perilaku merujuk pada sejauh mana seseorang merasa memiliki kendali atau kemampuan untuk mengendalikan perilaku mereka sendiri (Saeroji et al., 2018). Ini melibatkan keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk mempengaruhi hasil dari tindakan atau keputusan yang mereka ambil. Persepsi kontrol perilaku ini dapat memengaruhi motivasi, kepercayaan diri, dan tindakan individu (Ramdhani, 2016).

Gambar 1 Model Konseptual Studi



Adapun hipotesisnya :

1. Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi makanan kemasan halal.
2. Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi makanan kemasan halal.
3. Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi makanan kemasan halal.
4. Literasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi makanan kemasan halal
5. Literasi halal memoderasi pengaruh secara positif dan signifikan dari sikap terhadap adopsi makanan kemasan halal.
6. Literasi halal memoderasi pengaruh secara positif dan signifikan dari norma subjektif terhadap adopsi makanan kemasan halal.
7. Literasi halal memoderasi pengaruh secara positif dan signifikan dari persepsi kontrol perilaku terhadap adopsi makanan kemasan halal.

METODE PENELITIAN

Sampel dan Data Penelitian

Kami melakukan pengumpulan data rinci menggunakan pengambilan sampel Simple Random Sampling. Kelompok sasaran kami terdiri dari Masyarakat Kecamatan Ulaweng. Kami menggunakan platform Google Formulir, dibagikan melalui WhatsApp, mengumpulkan 100 responden.

Instrumen Penelitian

Penelitian ini memvalidasi model konseptual melalui kuesioner dengan dua bagian. Pertama bagian menguraikan tujuan dan panduan peserta, mengumpulkan data sosio-demografis seperti jenis kelamin, usia, program studi, angkatan dan pendapatan / uang saku

per bulan. Bagian kedua, membangun model, menggunakan skala Likert 5 poin (dari “Sangat Tidak Setuju” (1) menjadi “Sangat Setuju” (5)). Itu termasuk 24 pertanyaan: setiap variabel yaitu: adopsi makanan kemasan halal (Y) sebanyak 6 pertanyaan, Literasi Halal (Z) sebanyak 5 pertanyaan, Sikap (X1) sebanyak 4 Pertanyaan, Norma Subjektif (X2) sebanyak 5 pertanyaan dan Persepsi Kontrol Perilaku (X3) sebanyak 4 pertanyaan.

Analisis SEM-PLS

Perangkat lunak SmartPLS versi Profesional memfasilitasi analisis, menggunakan Partial Least-Squares Teknik Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (Edeh et al., 2023). Analisis dua langkah dari SEM-PLS dimulai dengan pengukuran model, evaluasi validitas dan reliabilitas. Konvergen validitas memerlukan pemuatan faktor, reliabilitas komposit, dan rata-rata variance diekstraksi (AVE) untuk melebihi 0,7 (Sarstedt et al., 2022) Validitas diskriminan dinilai menggunakan cross-loading dan Kriteria Fornell-Larcker (Sihotang & Murdiawati, 2022). Reliabilitas menggunakan Cronbach’s alpha, dengan nilai di atas 0,6 menunjukkan keandalan (Amalia et al., 2022). Kepatuhan terhadap kondisi pengukuran pengujian hipotesis sebelumnya. Analisis model struktural memerlukan nilai R-Square (0,75 kuat, 0,50 sedang, 0,25 lemah, 0,90 overfit) dan P-Values signifikan (0,05). R-Square yang disesuaikan nilai di atas 0,25 dan 0,50 menunjukkan prediksi yang signifikan (Hwang et al., 2020) dan (Sarstedt et al., 2022). Nilai F-Square berkisar antara 0,02 (efek minor) hingga 0,35 (efek substansial) (Anggadwita et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian yang dimaksud di sini adalah deskripsi jawaban responden melalui variabel yang digunakan dalam skripsi ini. Deskripsinya yang disajikan pada Tabel 4.2. menunjukkan bahwa mayoritas responden yang dijadikan sebagai sampel menyatakan jawaban sangat setuju (51%), setuju (45%), netral (3%) dan tidak setuju (1%) pada variabel adopsi makanan kemasan halal (Y). Pada variabel literasi halal (Z) mereka mayoritas menyatakan jawaban sangat setuju (52%), setuju (38%) dan netral (10%) pada variabel sikap (X1) mereka mayoritas menyatakan sangat setuju (59%), setuju (37%) dan netral (4%), kemudian pada variabel norma subjektif (X2) mereka menyatakan sangat setuju (25%), setuju (45%), netral (23%), tidak setuju (6%) dan sangat tidak setuju (1%) Sedangkan pada variabel persepsi kontrol perilaku (X3) mereka mayoritas menyatakan setuju (76%), sangat setuju (2%), netral (21%) dan tidak setuju (1%).

Tabel 1 Deskripsi Variabel Penelitian

Sumber: Data primer diolah, 2024

Variabel/Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Adopsi Makanan Kemasan Halal (Y)		
Sangat Tidak Setuju (1)	0	0 %
Tidak Setuju (2)	1	1 %
Netral (3)	3	3%
Setuju (4)	45	45%

As-Syirkah: Islamic Economics & Financial Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 1726 – 1739 E-ISSN 2962-1585

DOI: 10.56672/assyirkah.v3i3.332

Sangat Setuju (5)	51	51 %
Jumlah	100	100%
<hr/>		
Literasi Halal (Z)		
Sangat Tidak Setuju (1)	0	0 %
Tidak Setuju (2)	0	0 %
Netral (3)	10	10%
Setuju (4)	38	38 %
Sangat Setuju (5)	52	52%
Jumlah	100	100%
<hr/>		
Sikap (X1)		
Sangat Tidak Setuju (1)	0	0 %
Tidak Setuju (2)	0	0 %
Netral (3)	4	4%
Setuju (4)	37	37%
Sangat Setuju (5)	59	59%
Jumlah	100	100%
<hr/>		
Norma Subjektif (NS)		
Sangat Tidak Setuju (1)	1	0 %
Tidak Setuju (2)	6	6%
Netral (3)	23	23%
Setuju (4)	45	45%
Sangat Setuju (5)	25	25%
Jumlah	100	100%
<hr/>		
Persepsi Kontrol Perilaku (PKP)		
Sangat Tidak Setuju (1)	0	0 %
Tidak Setuju (2)	1	1 %
Netral (3)	21	21%
Setuju (4)	76	76%
Sangat Setuju (5)	2	2%
Jumlah	100	100%

Penilaian Instrumen Penelitian

Tabel 2 Konstruksi Validitas dan Reliabilitas

Sumber: Data primer diolah, 2024

Variabel	Indikator	Faktor Loading (λ)	Cronbach's alpha	Composite reliability (ρ_a)	Average variance extracted (AVE)
Adopsi Makanan	Y1	0,772	0.865	0.871	0.598
Kemasan Halal (Y)	Y2	0,735			
	Y3	0,721			

	Y4	0,762			
	Y5	0,813			
	Y6	0,834			
Literasi Halal (Z)	Z2	0,819			
	Z3	0,781	0.865	0.871	0.598
	Z4	0,859			
	Z5	0,834			
Sikap (X1)	X1.1	0,752			
	X1.2	0,884	0.853	0.876	0.691
	X1.3	0,863			
	X1.4	0,819			
Norma Subjektif (X2)	X2.1	0,843			
	X2.2	0,885			
	X2.3	0,894	0.925	0.936	0.769
	X2.4	0,885			
	X2.5	0,877			
Persepsi Kontrol	X3.1	0,883			
Perilaku (PKP)	X3.2	0,804	0.820	0.860	0.730
	X3.4	0,875			

Penilaian model SEM-PLS melibatkan Loading faktor, Cronbach's alpha, Composite reliabilitas, AVE, dan validitas diskriminan. Tabel 2 menampilkan nilai-nilai untuk langkah-langkah ini. Semuanya melampaui ambang batas yang direkomendasikan ($\alpha > 0,7$, AVE $> 0,5$). Ini menunjukkan pengukuran yang kuat dan selaras dengan (Joe F. Hair et al., 2011).

Tabel 3 Discriminant Validity

Sumber: Data primer diolah, 2024

Variabel	(X1)	(X2)	(X3)	(Y)	(Z)	Zx X1.	Zx X2	Zx X3.
X1.	0.603							
X2.	0.763	0.484						
X3.	0.663	0.447	0.668					
Y	0.875	0.718	0.626	0.610				
Z	0.543	0.228	0.292	0.476	0.510			
Z x X1.	0.298	0.342	0.111	0.106	0.469	0.471		
Z x X2.	0.362	0.117	0.206	0.397	0.302	0.667	0.266	
Z x X3.								0.266

Pada Tabel 3, nilai AVE ($> 0,50$) mengkonfirmasi validitas konvergen yang kuat. Mengikuti Fornell dan Kriteria Larcker, akar kuadrat AVE melebihi korelasi antar konstruk. Item diagonal yang tebal menunjukkan akar kuadrat AVE melampaui interkorelasi, menyoroti diskriminan yang kuat validitas, seperti yang ditekankan oleh (Joseph F. Hair et al., 2019).

Penilaian Model Struktural

Penelitian ini menggunakan aplikasi Smart-PLS 4. Model struktural mengevaluasi efek interaksi antara variabel-variabel, dengan tujuan penelitian diilustrasikan pada Gambar 1. Hipotesis yang disajikan dalam Tabel 4 dan Gambar 2 dikonfirmasi ($P < 0,05$ atau $T > 1,96$): (Literasi halal, sikap dan norma subjektif melemahkan adopsi makanan kemasan halal), (persepsi kontrol perilaku mempengaruhi adopsi makanan kemasan halal), (literasi halal mampu memoderasi pengaruh norma subjektif terhadap adopsi makanan kemasan halal) dan (Sikap dan persepsi kontrol perilaku tidak mampu memoderasi pengaruh norma subjektif terhadap adopsi makanan kemasan halal).

Tabel 4 Penilaian Model Struktural

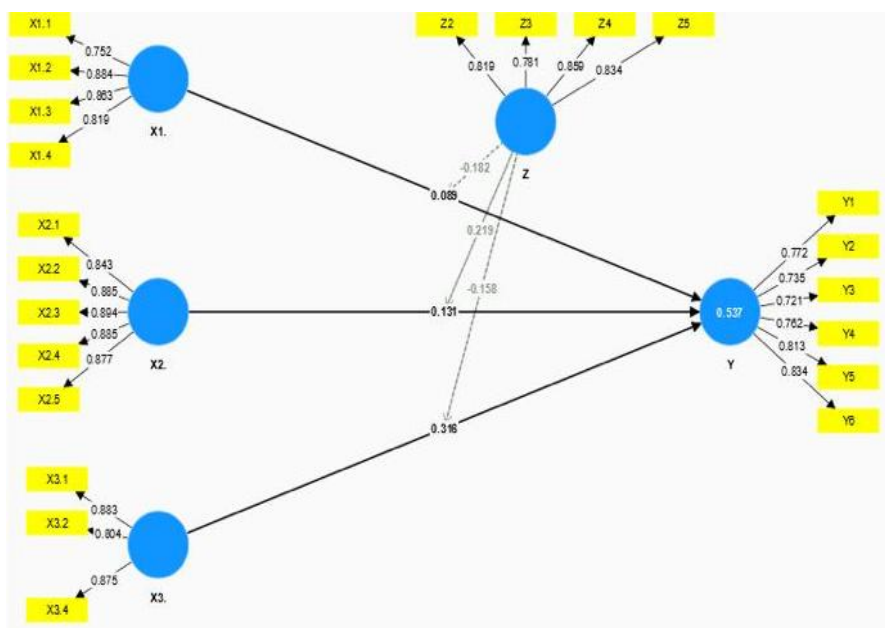
Sumber: Data primer diolah, 2024

No	Hubungan Kausalitas	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keputusan
1	(X1) -> (Y)	0.089	0.073	0.114	0.778	0.437	Ditolak
2	(X2) -> (Y)	0.131	0.143	0.095	1.372	0.170	Ditolak
3	(X3) -> (Y)	0.316	0.351	0.111	2.862	0.004	Diterima
4	(Z) -> (Y)	0.159	0.163	0.135	1.172	0.241	Ditolak
5	(Z) -> (Y) -> (X1)	-0.182	-0.118	0.176	1.035	0.301	Ditolak
6	(Z) -> (Y) -> (X2)	0.219	0.189	0.101	2.159	0.031	Diterima
7	(Z) -> (Y) -> (X3)	-0.158	-0.175	0.142	1.109	0.267	Ditolak

Sumber: Data primer diolah, 2024

Gambar 2 Hasil Analisis Smart-PLS

Sumber: Data primer diolah, 2024



Tabel 5 mengungkapkan nilai R-Square dan Adjusted R-Square, kontribusi yang signifikan dari variabel literasi halal, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku dan

niat memberikan kontribusi sebesar 53,7% terhadap adopsi makanan kemasan halal. Nilai R-Square Adjusted ($>0,50$) memprediksi dengan baik

Tabel 5 Hasil Uji Model (R-Square)

Sumber: Data primer diolah, 2024

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Y	0.537	0.502

PEMBAHASAN

Hubungan antara persepsi kontrol perilaku dan adopsi makanan kemasan halal

Hubungan antara persepsi kontrol perilaku (X_3) dan adopsi makanan kemasan halal (Y) menunjukkan koefisien jalur sebesar 0.316, dengan T-statistik 2.862 dan p-value 0.004, yang signifikan secara statistik (p-value < 0.05). Ini menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap adopsi makanan kemasan halal. Temuan ini sejalan dengan studi yang dilakukan sebelumnya oleh (Mu'arrafah et al., 2020) dan (Vernanda, 2019) Artinya, semakin tinggi persepsi kontrol perilaku seseorang, semakin besar kemungkinannya untuk mengadopsi makanan kemasan halal. Persepsi kontrol perilaku mencerminkan keyakinan individu mengenai kemampuannya untuk melakukan tindakan tertentu, dalam hal ini, memilih dan mengonsumsi makanan kemasan halal. Hasil ini sejalan dengan teori Perencanaan Perilaku yang menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku memainkan peran penting dalam menentukan niat dan perilaku individu.

Dalam konteks praktis, temuan ini menekankan pentingnya meningkatkan rasa percaya diri dan kemampuan konsumen dalam memilih produk halal. Upaya edukasi dan kampanye yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang produk halal dapat membantu meningkatkan persepsi kontrol perilaku konsumen. Misalnya, menyediakan informasi yang jelas dan akses yang mudah terhadap produk halal dapat membuat konsumen merasa lebih mampu dan yakin dalam memilih makanan kemasan halal. Dengan demikian, strategi pemasaran yang efektif dan kebijakan yang mendukung peningkatan literasi dan kesadaran halal dapat berkontribusi signifikan dalam meningkatkan adopsi makanan kemasan halal di masyarakat. Temuan ini juga menggarisbawahi pentingnya penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi persepsi kontrol perilaku dan bagaimana intervensi dapat dirancang untuk menguatkan pengaruh positifnya terhadap adopsi produk halal.

Norma Subjektif dan adopsi Makanan kemasan halal dengan moderasi Literasi Halal

Hubungan moderasi antara Z terhadap Y dan X_2 menunjukkan koefisien jalur sebesar 0.219, dengan T-statistik 2.159 dan p-value 0.031, yang signifikan secara statistik (p-value < 0.05). Ini berarti bahwa Z , yang mungkin mewakili literasi halal, memiliki peran penting dalam memperkuat hubungan antara norma subjektif (X_2) dan adopsi makanan kemasan halal (Y). Ketika literasi halal meningkat, pengaruh norma subjektif terhadap adopsi makanan kemasan halal juga menjadi lebih kuat. Temuan ini sejalan dengan studi yang dilakukan sebelumnya oleh (Dwinanda Delanuari & Srikartikowati, 2020) secara teoritis, hasil ini mendukung gagasan bahwa literasi halal memperkuat pengaruh norma subjektif terhadap keputusan adopsi produk halal. Dengan pemahaman yang lebih baik

tentang konsep halal, individu lebih mungkin dipengaruhi oleh norma sosial dalam keputusan pembelian mereka.

Implikasi praktisnya mencakup strategi pemasaran yang berfokus pada peningkatan literasi halal melalui kampanye edukatif yang menjelaskan manfaat dan pentingnya produk halal. Pembuat kebijakan juga dapat mempertimbangkan program edukasi publik yang meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk halal, melalui media massa, seminar, dan pelatihan. Contoh konkret dari penerapan ini termasuk mengadakan kampanye sosial yang mempromosikan pemahaman tentang pentingnya halal dan melibatkan komunitas lokal serta pemimpin agama dalam upaya penyuluhan mengenai halal. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa meningkatkan literasi halal dapat menjadi strategi efektif untuk mendorong adopsi produk halal di masyarakat, dengan memperkuat pengaruh norma subjektif dalam keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini berhasil melengkapi studi sebelumnya dengan menyoroti peran penting literasi halal dalam memoderasi hubungan antara faktor-faktor dalam teori Planned Behavior (TPB) dan adopsi makanan kemasan halal di kalangan generasi Zilenial. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku terhadap adopsi makanan kemasan halal memiliki pengaruh yang signifikan dan norma subjektif memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi makanan kemasan halal melalui literasi halal. Faktor-faktor seperti ketersediaan, aksesibilitas, dan pengetahuan tentang produk halal memainkan peran penting dalam menentukan seberapa kuat individu merasa dapat mengendalikan perilaku mereka dan sejauh mana norma sosial memengaruhi niat mereka untuk mengadopsi produk halal. Temuan ini menegaskan pentingnya pendidikan dan informasi yang akurat tentang halal dalam mendukung pilihan konsumsi yang berkelanjutan, serta menyoroti perlunya strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan literasi halal di kalangan masyarakat.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, disarankan untuk meningkatkan literasi halal melalui pendidikan intensif dan informasi yang mudah diakses tentang produk halal. Strategi pemasaran juga perlu difokuskan pada memperkuat norma sosial positif terkait konsumsi makanan kemasan halal, sambil memastikan ketersediaan produk yang memadai. Kolaborasi antara pemerintah, industri, dan masyarakat sipil juga penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung adopsi makanan kemasan halal sebagai bagian dari gaya hidup yang berkelanjutan dan sehat di kalangan generasi Zilenial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-TThe theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 1.

- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9–15. <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>
- Amrin, Supriyanto, & Ardiansyah, A. (2022). Analisis Literasi Halal Dalam Membentuk Gaya Hidup Islami Di Perguruan Tinggi IslaM. *Islamic Education*, 6(1), 1–16.
- Anggadwita, G., Ramadhanti, N., & Astri, G. (2021). The Effect Of Social Perception And Entrepreneurship Orientation Keywords: women entrepreneurial intention , entrepreneurship orientation , social perception , MSME. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(3), 269–280.
- Atha, M., & Rini, A. (2022). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan dan Persepsi Risiko Lingkungan Terhadap Konsumsi Berkelanjutan yang dimediasi oleh Kepedulian Lingkungan. *URECOL*, 548–564.
- Dewi, N. K. L. A., Mahardika, A., Rayhita, I. A., & Santhi. (2022). Pentingnya Pendidikan Karakter Bagi Generasi Z Pada Era Society 5.0. 10–18. File:///C:/Users/Asus/Downloads/Pentingnya+Pendidikan+Karakter+Bagi+Generasi+Z+Pada+Era+Society+5.0.pdf
- Dwinanda Delanuari, M. N., & Srikartikowati, R. (2020). Pengaruh Kesadaran, Norma Subyektif dan Kepercayaan Terhadap Intensi Menggunakan Produk Asuransi Syariah dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderasi di Pekanbaru. *Jurnal Tapak Manajemen Bisnis*, XII(1), 86–105. <https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/download/7854/6785>
- Edeh, E., Lo, W.-J., & Khojasteh, J. (2023). Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 30(1), 165–167. <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>
- Fadilah, T. N., Purwanto, P., & Alfianto, A. N. (2022). Tingkat Pengetahuan dan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan Halal. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 18(1), 1–10. <https://doi.org/10.31940/jbk.v18i1.1-10>
- Fajariyah. (2008). Sikap Dan Perilaku Merokok Dosen. *Lib.Ui.Ac.Id*, 13–20. [https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/123427-S-5454-Sikap dan-HA.pdf](https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/123427-S-5454-Sikap%20dan-HA.pdf)
- Friska. (2021). Pentingnya Sertifikasi Halal untuk Sebuah Produk. *Koin Word*. <https://koinworks.com/blog/pentingnya-sertifikasi-halal/>
- Hair, Joe F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair, Joseph F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hayati, S. R., & Putri, S. A. M. (2021). Analisis Literasi Halal, Label Halal, Islamic Branding, dan Religious Commitment pada Pembelian Makanan di Tsabita Halal Bakery. *SHAHIH: Journal of Islamicate Multidisciplinary*, 6(2), 164–176. <https://doi.org/10.22515/shahih.v6i2.3895>

- Hwang, H., Sarstedt, M., Cheah, J. H., & Ringle, C. M. (2020). A concept analysis of methodological research on composite-based structural equation modeling: bridging PLSPM and GSCA. *Behaviormetrika*, 47(1), 219–241. <https://doi.org/10.1007/s41237-019-00085-5>
- Mirawati, N. M., Wardana, I. M., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Keperilakuan, Terhadap Niat Siswa SMK di Kota Denpasar Untuk Menjadi Wirausaha. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(5), 1981–2010. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/view/16273>
- Mu'arrofah, A., Munir, M., & Rokhim, A. (2020). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Produk Makanan Dan Minuman Dalam Kemasan Berlabel Halal Di Supermarket Kabupaten Jember. *Jurnal Istiqro*, 6(2). <https://doi.org/10.30739/istiqro.v6i2.570>
- Noor, A. F. (2023). Pentingnya Literasi Halal untuk Muslimah Indonesia. *Republika*. <https://sharia.republika.co.id/berita/rsp91i490/pentingnya-literasi-halal-untuk-muslimah-indonesia>
- Nurfajrina, A. (2023). Al-Baqarah Ayat 168: Perintah Memakan yang Halal dan Baik. *DetikHikmah*. <https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-6700014/al-baqarah-ayat-168-perintah-memakan-yang-halal-dan-baik#:~:text=Surat Al-Baqarah Ayat 168%3A Arab%2C Latin dan Arti&text=Artinya%3A %22Wahai manusia%2C makanlah,bagimu merupakan musuh yang nyata.%22>
- Pratama, D. B., & Hartati, N. (2020). PENGARUH LITERASI HALAL DAN RELIGIOSITAS TERHADAP konsumsi produk halal pada mahasiswa MKS UIN Sunan Djati Bandung. *Sharia Financial Management*, 1, 1–12.
- Psychologymania. (2023). Pengertian Perilaku Manusia. *Psychologymania.Com*.
- Qisti, D. A., Putri, E. N. E., Fitriana, H., Irayani, S. P., & Pitaloka, S. A. Z. (2021). Analisis Aspek Lingkungan Dan Perilaku Terhadap Kejadian Diare Pada Balita Di Tanah Sareal. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(6), 1661–1668.
- Ramadhani, H., Nur, A., & Murniningsih, R. (2021). Pengaruh gaya hidup halal dan self-identity terhadap halal fashion di Indonesia. *UMMagelang Conference ...*, 537–546. <http://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/5945>
- Ramdhani, N. (2016). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior. *Buletin Psikologi*, 19(2), 55–69. <https://jurnal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/11557>
- Robbiyanto Noer Syarief, Yani, H. T., & Fadila Erida. (2022). Pengaruh Game Online Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Influence of Games Online on Changes in Adolescent Behavior. *Pengaruh Game Online Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Influence of Games Online on Changes in Adolescent Behavior*, 1(2), 15.
- Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. (2021). Pola Konsumsi dalam Implementasi Gaya Hidup Halal. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 4(2), 26–35. <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1302>
- Saeroji, A., Maskur, A., & Tjahjaningsih, E. (2018). Pengaruh Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan terhadap Niat Pinjam Kur Mikro (Studi pada Nasabah

- BRI di Pati). Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Dan Call For Papers Unisbank, 978–979.
- Sarstedt, M., Hair, J. F., Pick, M., Liengaard, B. D., Ratomir, L., & Ringle, C. M. (2022). Progress in partial least squares structural equation modeling use in marketing research in the last decade. *Psychology and Marketing*, 39(5), 1035–1064. <https://doi.org/10.1002/mar.21640>
- Sihotang, E. T., & Murdiawati, D. (2022). Acceptance of internet banking services: The role of demographic factors as moderating variables. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 25(1), 153–176. <https://doi.org/10.24914/jeb.v25i1.4513>
- Simbolon, M. (2008). Persepsi dan kepribadian. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 52–66. <https://jurnal.unai.edu/index.php/jeko/article/view/516>
- Simon, H. A. (Herbert A., Augier, M., & March, J. G. (2004). *Models of a man : essays in memory of Herbert A. Simon*. MIT Press.
- Sumarna, U., Rosidin, U., Shalahuddin, I., & Noor, R. M. (2022). Korelasi Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku Dan Niat Terhadap Pelaksanaan Program Phbs Di Puskesmas Wilayah Kecamatan Garut Kota. [MANUJU: MALAHAYATI NURSING JOURNAL, 4(November), 2013–2015.
- Temanggung. (2023). Tingkatkan Pemahaman Masyarakat Tentang Produk Halal. Temanggung.Kemenag.Co.Id. <https://temanggung.kemenag.go.id/penerangan-agama-islam-zakat-dan-wakaf/tingkatkan-pemahaman-masyarakat-tentang-produk-halal/>
- Tiffany. (2023). 8 Pengertian Sikap Menurut Para Ahli. Dosenpsikologi. <https://dosenpsikologi.com/pengertian-sikap-menurut-para-ahli>
- Vernanda, R. T. (2019). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Dan Perilaku Pembelian Produk Makanan Halal Dengan Kesadaran Halal Sebagai Variabel Moderasi Di Yogyakarta. Tesis, M.
- Wawan, A., & Teori, M. D. (2016). Sikap dan Perilaku Manusia. 132.
- Wijaksana, E. P. (2021). Tantangan Koperasi Terhadap Era Revolusi Industri di Masa Generasi - Z. *Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 6(2), 31–38.
- Yuwana, S. I. P., & Hasanah, H. (2021). Literasi Produk Bersertifikasi Halal Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(2), 104–112. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i2.44>