



ADVANCED INTERNATIONAL JOURNAL
OF BUSINESS, ENTREPRENEURSHIP
AND SMES
(AIJBES)

www.gaexcellence.com/aijbis



**FAKTOR-FAKTOR MEMPENGARUHI TAHAP
KESEDARAN PELABELAN LOGO HALAL MAKANAN
DALAM KALANGAN PELAJAR DI KOLEJ KOMUNITI
BEAUFORT**

*FACTORS AFFECTING HALAL FOOD LABELING AWARENESS AMONG
BEAUFORT COMMUNITY COLLEGE STUDENTS*

Nur Fatin Nabilah Shahrom^{1*}, Wan Nur Syamimi Wan Sajiri², Siti Sarah Izham³, Nur Ilma Ambo⁴, Sharifah Sari Datu Asal⁵

¹Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA Cawangan Perlis, Malaysia

 fatinnabilahshahrom@uitm.edu.my

 <https://orcid.org/0000-0002-1817-5429>

²Kolej Komuniti Beaufort, Beaufort Sabah, Malaysia.

 wannursyamimi@kkbeaufort.edu.my

 <https://orcid.org/0009-0001-3179-9199>

³ Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA, Shah Alam, Malaysia

 sarahizham@uitm.edu.my

 <https://orcid.org/0009-0002-5513-6215>

⁴Fakulti Pengajian Islam, Universiti Malaysia Sabah, Malaysia

 nurilma@ums.edu.my

 <https://orcid.org/0009-0008-3282-3411>

⁵Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi Mara (UiTM), Cawangan Sabah

 sharifahsari@uitm.edu.my

 <https://orcid.org/0009-0006-0773-7488>

*Corresponding Author

Article Info:

Article history:

Received date: 23.07.2026

Revised date: 05.08.2026

Accepted date: 30.08.2026

Published date: 15.09.2026

Abstrak:

Kesedaran terhadap pelabelan logo halal dalam kalangan pengguna Muslim semakin mendapat perhatian selaras dengan peningkatan industri makanan global. Namun demikian, masih wujud permasalahan berkaitan tahap kefahaman dan kepekaan pengguna, khususnya dalam kalangan pelajar institusi pengajian tinggi, terhadap kepentingan logo halal dalam pemilihan makanan. Sehubungan itu, kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti tahap kesedaran pelabelan logo halal serta menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhinya dalam kalangan pelajar Kolej Komuniti Beaufort. Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berbentuk tinjauan dengan instrumen soal selidik sebagai kaedah pengumpulan data. Seramai 82 orang responden terlibat dalam

To cite this document:

Shahrom, N. F. N., Syajiri, W. N. S. W., Izham, S. S., Ambo, N. I., & Datu Asal, S. S. (2026). Faktor-Faktor Mempengaruhi Tahap Kesedaran Pelabelan Logo Halal Makanan Dalam Kalangan Pelajar Di Kolej Komuniti Beaufort. *Advanced International Journal of Business Entrepreneurship and SMEs*, 8 (29), 776-790.

DOI: 10.35631/AIJBES.829043

kajian ini, dan data dianalisis menggunakan statistik deskriptif melalui perisian SPSS yang melibatkan nilai min dan sisihan piawai. Hasil kajian menunjukkan bahawa tahap kesedaran pelabelan logo halal berada pada tahap tinggi dengan nilai min keseluruhan 4.43. Faktor pendidikan dan latar belakang keluarga mencatatkan pengaruh tertinggi (min = 4.60), diikuti faktor kesedaran kesihatan dan kesucian (min = 4.57), serta peranan media massa dan media sosial (min = 4.55). Selain itu, faktor rakan sebaya dan ketersediaan maklumat teknologi turut menunjukkan pengaruh yang signifikan. Dapatan ini membuktikan bahawa kesedaran halal dipengaruhi oleh kombinasi faktor dalaman seperti religiositi dan nilai, serta faktor luaran seperti media dan persekitaran sosial. Kajian ini memberi implikasi penting kepada pihak institusi pendidikan, agensi kerajaan dan industri makanan dalam merangka strategi meningkatkan kesedaran dan kefahaman pengguna terhadap kepentingan pelabelan logo halal secara lebih berkesan.

Kata Kunci:

Faktor, Kesedaran, Logo Halal, Pelabelan Makanan, Pelajar Kolej Komuniti

Abstract:

Awareness of halal logo labeling among Muslim consumers is increasingly gaining attention in line with the growth of the global food industry. However, issues still exist regarding the level of understanding and sensitivity of consumers, particularly among higher education institution students, towards the importance of the halal logo in food selection. Therefore, this study aims to identify the level of awareness of halal logo labeling and analyze the factors influencing it among students of Kolej Komuniti Beaufort. This study employs a quantitative survey-based approach using a questionnaire instrument as the data collection method. A total of 82 respondents were involved in this study, and the data were analyzed using descriptive statistics via SPSS software, involving mean values and standard deviations. The study findings indicate that the level of awareness regarding halal logo labeling is at a high level, with an overall mean value of 4.43. Education and family background factors recorded the highest influence (mean = 4.60), followed by health and purity awareness factors (mean = 4.57), and the role of mass media and social media (mean = 4.55). In addition, peer factors and the availability of technological information also showed a significant influence. These findings demonstrate that halal awareness is influenced by a combination of internal factors such as religiosity and values, as well as external factors such as media and the social environment. This study provides important implications for educational institutions, government agencies, and the food industry in formulating strategies to more effectively increase consumer awareness and understanding of the importance of halal logo labeling.

Keyword:

Factors, Halal Logo, Awareness, Food Labeling, Community College Students



© The authors (2026). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits non-commercial re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. For commercial re-use, please contact aijb@gaexcellence.com

Pengenalan

Islam menekankan aspek keharusan (halal) sesuatu makanan, malah merangkumi elemen kebersihan, keselamatan dan kualiti yang menepati konsep halalan tayyiban. Dalam konteks semasa, peningkatan jumlah produk makanan tempatan dan import di pasaran telah menjadikan pelabelan logo halal sebagai indikator utama yang membantu pengguna Muslim mengenal pasti status halal sesuatu produk. *Berdasarkan penyelidikan terdahulu*, logo halal menjadi simbol kepercayaan pengguna terhadap integriti sesuatu produk serta mempengaruhi keputusan pembelian makanan dalam kalangan masyarakat Muslim (Zuhudi & Dolah, 2021; Mohd Nor & Hassan, 2022). Walau bagaimanapun, tahap kesedaran terhadap kepentingan semakan logo halal masih berbeza mengikut latar belakang pendidikan, pengaruh sosial dan tahap pengetahuan pengguna.

Antara isu semasa yang berkaitan dengan pelabelan logo halal ialah peningkatan kes penyalahgunaan logo halal dan keraguan terhadap status halal makanan di pasaran. Dalam beberapa tahun kebelakangan ini, pelbagai kes berkaitan penggunaan logo halal yang tidak sah, penyalahgunaan pensijilan halal serta ketidakpatuhan prosedur pensijilan telah menimbulkan kebimbangan dalam kalangan pengguna Muslim. Situasi ini menyebabkan pengguna perlu lebih berhati-hati ketika membuat pilihan makanan kerana kegagalan mengenal pasti ketulenan logo halal boleh mendorong kepada pengambilan produk yang diragui statusnya. Kajian oleh Zuhudi dan Dolah (2021) menjelaskan bahawa kewujudan logo halal yang jelas dan diyakini berfungsi sebagai elemen penting dalam membentuk keyakinan pengguna serta mengelakkan kekeliruan semasa pembelian produk makanan. Begitu juga, kajian Shaari et al. (2021) mendapati bahawa tahap kesedaran halal mempunyai hubungan signifikan terhadap keyakinan pengguna Muslim terhadap sesuatu produk makanan.

Selain itu, perkembangan media sosial dan lambakan maklumat digital turut mempengaruhi persepsi pelajar terhadap status halal makanan. Perkembangan platform digital seperti TikTok, Instagram dan Facebook telah menjadikan media sosial sebagai medium utama penyebaran maklumat berkaitan isu halal. Namun demikian, maklumat yang tersebar tidak semuanya disahkan oleh pihak berautoriti sehingga menimbulkan kekeliruan dan salah faham berkaitan status halal sesuatu produk atau premis makanan. Golongan pelajar yang aktif menggunakan media sosial lebih mudah terdedah kepada berita tular dan maklumat tidak sahih yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Dalam konteks ini, Zuhudi dan Dolah (2021) menjelaskan bahawa kefahaman terhadap logo halal memerlukan pengetahuan yang jelas kerana pengguna sering dipengaruhi oleh faktor visual dan persepsi sosial semasa membuat pilihan pembelian. Keadaan ini menunjukkan bahawa kesedaran terhadap semakan logo halal perlu diperkukuhkan bagi memastikan pengguna muda mampu membuat keputusan berdasarkan maklumat yang sahih.

Isu seterusnya berkaitan dengan tahap kesedaran dan kefahaman pelajar terhadap kepentingan pelabelan logo halal yang masih tidak konsisten walaupun mereka mempunyai akses luas terhadap maklumat. Sebahagian pelajar masih kurang memberi perhatian terhadap semakan status halal ketika membeli makanan segera, produk makanan tular atau makanan yang dibeli secara dalam talian. Hal ini boleh dipengaruhi oleh faktor latar belakang keluarga, pendidikan agama, pengaruh rakan sebaya serta tahap pengetahuan tentang kandungan makanan. Kajian oleh Mohd Nor dan Hassan (2022) mendapati bahawa kesedaran halal, kefahaman terhadap komposisi makanan serta pengetahuan tentang pensijilan halal mempunyai hubungan positif terhadap minat membeli produk halal dalam kalangan pelajar kolej komuniti. Selain itu, Hamid

(2023) turut menjelaskan bahawa pengaruh keluarga dan kumpulan sosial menjadi antara faktor dominan yang mempengaruhi tingkah laku pengguna Muslim dalam pemilihan produk halal.

Walaupun kajian terdahulu telah membincangkan kesedaran pensijilan halal dan tingkah laku pembelian dalam kalangan pengguna Muslim, penelitian yang memberikan tumpuan khusus kepada kesedaran pelabelan logo halal dalam kalangan pelajar kolej komuniti masih terhad. Mohd Nor dan Hassan (2022), misalnya, telah meneliti kesedaran pensijilan halal, komposisi makanan dan minat membeli produk halal dalam kalangan pelajar Kolej Komuniti Hulu Langat di Selangor. Namun demikian, kajian tersebut belum memberikan gambaran khusus tentang kesedaran pelabelan logo halal dalam konteks pelajar kolej komuniti di Sabah, khususnya di Beaufort. Perbezaan lokasi dan persekitaran sosial berkemungkinan menghasilkan pengalaman serta pendedahan yang berbeza terhadap produk makanan dan maklumat berkaitan halal. Oleh itu, penelitian terhadap pelajar Kolej Komuniti Beaufort penting bagi memberikan gambaran setempat tentang kesedaran pengguna muda terhadap pelabelan logo halal.

Justeru, kajian ini dijalankan untuk mengenal pasti tahap kesedaran terhadap pelabelan logo halal makanan serta meneliti faktor-faktor yang berkaitan dengan kesedaran tersebut dalam kalangan pelajar Kolej Komuniti Beaufort. Kajian ini penting kerana dapat memberikan gambaran empirikal berkaitan tahap kesedaran pelajar terhadap kepentingan semakan logo halal serta membantu pihak institusi pendidikan dan agensi berkaitan merancang program pendidikan halal yang lebih berkesan. Selain itu, dapatan kajian ini juga berpotensi menambah literatur berkaitan kesedaran halal dan tingkah laku pengguna Muslim di institusi pendidikan tinggi, khususnya dalam konteks Malaysia.

Kajian Literatur

Kajian literatur dijalankan bagi mengenalpasti faktor-faktor mempengaruhi tahap kesedaran pelabelan logo halal makanan dalam kalangan pelajar. Berikut merupakan tema yang berkaitan: Kesedaran terhadap Pelabelan Logo Halal dalam Kalangan Pengguna Muslim

Kesedaran terhadap pelabelan logo halal semakin menjadi fokus penting dalam penyelidikan kepenggunaan Muslim berikutan perkembangan industri makanan moden dan peningkatan produk berasaskan import. Logo halal bukan sekadar simbol pengesahan syariah, bahkan menjadi mekanisme utama dalam membantu pengguna membuat keputusan pembelian yang lebih yakin dan selamat. Menurut kajian oleh Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM), logo halal berfungsi sebagai instrumen jaminan terhadap integriti produk makanan, khususnya bagi pengguna Muslim yang menitikberatkan aspek *halalan tayyiban*. Kajian oleh Zuhudi dan Dolah (2021) mendapati bahawa pengiktirafan terhadap logo halal mempunyai hubungan langsung dengan tahap keyakinan pengguna dalam memilih produk makanan, terutama apabila pengguna berhadapan dengan lambakan produk yang kompleks di pasaran. Selain itu, Mohd Nor dan Hassan (2022) menegaskan bahawa kesedaran terhadap pensijilan halal mampu mempengaruhi tingkah laku pembelian dalam kalangan pelajar kolej komuniti, khususnya apabila pengguna memahami fungsi logo halal sebagai simbol keselamatan dan kesucian makanan.

Kajian lepas turut menunjukkan bahawa kesedaran halal tidak hanya terbentuk melalui pengetahuan agama semata-mata, tetapi turut dipengaruhi oleh persekitaran sosial, akses maklumat serta pengalaman pengguna terhadap isu halal semasa. Shaari et al. (2021) menjelaskan bahawa pengguna Muslim lebih cenderung mempercayai produk yang memiliki

pensijilan halal yang sah dan mudah dikenali, khususnya apabila berlaku keraguan terhadap kandungan makanan moden. Oleh itu, tahap kesedaran terhadap pelabelan halal perlu dilihat sebagai satu konstruk multidimensi yang dipengaruhi oleh pelbagai faktor luaran dan dalaman pengguna.

Faktor Pendidikan dan Latar Belakang Keluarga

Faktor pendidikan agama dan latar belakang keluarga merupakan antara elemen terpenting yang membentuk kesedaran halal seseorang individu sejak usia muda. Didikan ibu bapa berkaitan pemilihan makanan halal serta penerapan nilai agama di rumah dilihat sebagai asas awal pembentukan tingkah laku kepenggunaan Muslim. Hassan dan Yusof (2021) menyatakan bahawa keluarga bertindak sebagai agen sosialisasi utama dalam membentuk sensitiviti terhadap isu halal, khususnya dalam membimbing anak-anak membezakan makanan halal, haram dan syubhah. Keadaan ini menyebabkan individu yang menerima pendidikan agama yang konsisten sejak kecil lebih cenderung memberi perhatian terhadap pelabelan logo halal ketika membuat keputusan pembelian makanan.

Di samping itu, institusi pendidikan formal turut memainkan peranan penting dalam memperkukuhkan kesedaran halal melalui pengajaran berkaitan hukum pemakanan Islam dan kepenggunaan Muslim. Zainal et al. (2022) mendapati bahawa pendidikan agama di sekolah dan institusi pengajian tinggi meningkatkan kefahaman pelajar mengenai kepentingan logo halal serta implikasi pengambilan makanan yang diragui statusnya. Abdullah (2025) pula menjelaskan bahawa budaya kekeluargaan dalam masyarakat Muslim di Malaysia menyumbang kepada pembentukan norma sosial yang mengutamakan kesucian makanan sebagai satu keperluan agama dan moral.

Pengaruh Rakan Sebaya dan Persekitaran Sosial

Pengaruh rakan sebaya merupakan faktor sosial yang signifikan dalam membentuk tingkah laku pengguna, khususnya dalam kalangan golongan belia dan pelajar institusi pendidikan tinggi. Dalam konteks pemilihan makanan halal, keputusan pembelian sering berlaku secara kolektif apabila pelajar makan secara berkumpulan atau bergantung kepada cadangan rakan dalam memilih premis makanan. Ibrahim dan Bakar (2022) menjelaskan bahawa pengaruh sosial berfungsi sebagai mekanisme pembentukan norma tingkah laku, di mana pelajar lebih cenderung memilih makanan yang diterima oleh kelompok sosial mereka, termasuk pemilihan premis yang mempunyai logo halal.

Selain itu, interaksi sosial seperti perbincangan berkaitan isu halal dalam kalangan rakan turut meningkatkan kesedaran terhadap kepentingan semakan status halal. Nasir (2023) mendapati bahawa komunikasi tidak formal mengenai isu halal membantu meningkatkan pengetahuan kolektif pelajar dan membentuk sikap lebih berhati-hati terhadap makanan yang meragukan. Omar (2026) turut berhujah bahawa sokongan persekitaran sosial yang mengamalkan gaya hidup halal dapat mengukuhkan komitmen individu dalam mengekalkan amalan pemilihan makanan yang menepati kehendak syariah.

Peranan Media Massa dan Media Sosial terhadap Kesedaran Halal

Perkembangan media massa dan media sosial telah mengubah corak penyebaran maklumat berkaitan isu halal, khususnya dalam kalangan generasi muda yang aktif menggunakan

platform digital. Media sosial seperti TikTok, Instagram dan Facebook menjadi medium utama penyebaran informasi berkaitan status halal sesuatu produk atau premis makanan. Kamal et al. (2022) mendapati bahawa kandungan digital berkaitan makanan halal yang dikongsikan oleh pengengaruh media sosial mempunyai kesan signifikan terhadap niat membeli pengguna muda, terutama apabila kandungan tersebut menonjolkan elemen kepercayaan dan pengesahan halal.

Dalam masa yang sama, penyebaran berita tular mengenai penyalahgunaan logo halal juga meningkatkan tahap kewaspadaan pengguna. Latif (2024) menjelaskan bahawa media sosial kini bertindak sebagai mekanisme pemantauan pengguna (*consumer monitoring system*) yang membantu menyebarkan maklumat secara pantas berkaitan isu ketidakpatuhan halal. Yusuf (2025) pula menegaskan bahawa kempen kesedaran halal digital yang dilaksanakan oleh JAKIM berjaya meningkatkan kadar semakan logo halal dalam kalangan pengguna muda melalui penyampaian maklumat yang lebih interaktif dan mudah diakses.

Ketersediaan Maklumat dan Teknologi dalam Semakan Status Halal

Kemajuan teknologi digital telah memudahkan pengguna mendapatkan maklumat berkaitan status halal sesuatu produk melalui aplikasi telefon pintar dan platform atas talian. Aplikasi semakan halal seperti Verify Halal dan portal rasmi halal membolehkan pengguna menyemak kesahihan pensijilan halal dengan lebih cepat dan efisien. Razak (2023) menyatakan bahawa akses segera kepada maklumat halal meningkatkan tahap keyakinan pengguna terhadap keputusan pembelian, terutamanya apabila pengguna berhadapan dengan produk yang kurang dikenali.

Walau bagaimanapun, elemen visual seperti poster, logo dan tanda amaran halal di premis makanan masih menjadi sumber rujukan utama pengguna kerana sifatnya yang mudah diakses secara langsung. Mustafa (2024) berhujah bahawa gabungan teknologi digital dan paparan maklumat fizikal di premis makanan dapat meningkatkan pengalaman pengguna dalam membuat keputusan pembelian yang lebih yakin serta mengurangkan risiko kekeliruan terhadap status halal sesuatu produk.

Kesedaran Kesihatan dan Kesucian Berdasarkan Konsep Halalan Tayyiban

Konsep *halalan tayyiban* menekankan bahawa makanan bukan sahaja perlu halal daripada sudut hukum syarak, bahkan mestilah bersih, selamat, berkualiti dan tidak memudaratkan kesihatan pengguna. Kesedaran terhadap aspek kesihatan semakin mempengaruhi corak pemilihan makanan pengguna Muslim yang mengaitkan logo halal dengan jaminan keselamatan makanan. Ramli et al. (2021) menyatakan bahawa pengguna moden semakin melihat logo halal sebagai indikator kepada produk yang bebas daripada pencemaran, bahan meragukan dan risiko kesihatan.

Selain faktor kesihatan fizikal, aspek spiritual dan pembentukan sahsiah diri turut mempengaruhi kesedaran halal pengguna. Mustafa (2023) menjelaskan bahawa kebimbangan terhadap kesan pengambilan makanan tidak halal terhadap pembentukan moral dan kesejahteraan spiritual mendorong pengguna untuk lebih berhati-hati dalam pemilihan makanan. Hamid (2025) pula menegaskan bahawa pensijilan halal JAKIM dianggap sebagai penanda aras utama (*gold standard*) dalam menjamin kesucian dan keselamatan produk makanan, sekali gus memberikan ketenangan minda kepada pengguna Muslim.

Metodologi Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan reka bentuk tinjauan untuk mengenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi kesedaran pelabelan logo halal dalam kalangan pelajar di Kolej Komuniti Beaufort. Seramai 82 responden telah terlibat dalam kajian ini di mana profil demografi menunjukkan majoriti adalah lelaki iaitu sebanyak 62.2% (51 orang) berbanding perempuan sebanyak 37.8% (31 orang). Dari sudut umur, kelompok terbesar adalah golongan muda berumur 18-20 tahun (90.2%), diikuti oleh umur 21-23 tahun (7.3%) dan 24 tahun ke atas (2.4%). Majoriti besar responden berasal dari negeri Sabah (97.6%). Taburan program pengajian responden merangkumi Sijil Teknologi Elektrik (41.5%), Sijil Operasi Perhotelan (31.7%), dan Sijil Kulineri (26.8%). Dari segi tahap pengajian, sebanyak 57.3% responden berada di Semester 2, manakala Semester 1 dan Semester 3 masing-masing mencatatkan 24.4% dan 18.3%.

Instrumen kajian yang digunakan adalah set soal selidik yang dibahagikan kepada tiga bahagian utama. Bahagian A merangkumi data demografi responden seperti jantina, umur, program, semester, dan negeri asal. Bahagian B mengukur faktor kesedaran pelabelan logo halal secara umum yang mengandungi lima item utama meliputi pendidikan agama, pengaruh rakan, peranan media sosial, kempen kesedaran, dan kebimbangan terhadap bahan terlarang. Manakala Bahagian C memfokuskan kepada faktor-faktor khusus yang mempengaruhi kesedaran yang dibahagikan kepada lima sub-faktor iaitu: (C1) Pendidikan dan Latar Belakang Keluarga, (C2) Pengaruh Rakan Sebaya dan Persekitaran Sosial, (C3) Peranan Media Massa dan Media Sosial, (C4) Ketersediaan Maklumat dan Teknologi, serta (C5) Kesedaran Kesihatan dan Kesucian atau Halalan Thoyyiban.

Data yang dikumpul telah dianalisis secara deskriptif oleh penyelidik untuk mendapatkan nilai skor min dan sisihan piawai bagi menentukan tahap kesedaran responden. Interpretasi data dibuat berdasarkan skor min keseluruhan; sebagai contoh, faktor pengaruh kesedaran pelabelan logo halal secara umum mencatatkan min 4.4341 (Tahap Tinggi). Analisis juga dilakukan mengikut sub-faktor di mana faktor pendidikan dan latar belakang keluarga mencatatkan min keseluruhan 4.5976, pengaruh rakan sebaya (Min: 4.5000), peranan media (Min: 4.5488), ketersediaan maklumat (Min: 4.5122), serta kesedaran kesihatan dan kesucian (Min: 4.5691). Kesemua analisis ini menjadi asas dalam membincangkan tahap kesedaran pelajar secara holistik.

Hasil dan Perbincangan Kajian

Jadual 1: Bahagian A Taburan demografi responden

Demografi responden	Peratus (%)	Jumlah (N)
Jantina:		
Lelaki	62.2	51
Perempuan	37.8	31
Umur:		
18-20 Tahun	90.2	74
21-23 Tahun	7.3	6
24 Tahun ke atas	2.4	2
Program pengajian:	31.7	26

Sijil Operasi Perhotelan	26.8	22
Sijil Kulinari	41.5	34
Sijil Teknologi Elektrik		
Semester pengajian:		
Semester 1	24.4	20
Semester 2	57.3	47
Semester 3	18.3	15
Negeri asal:		
Sabah	97.6	80
Selain dari Sabah	2.4	2

Sumber: Hasil analisis penyelidik

Berdasarkan data, profil responden menunjukkan majoriti adalah lelaki (62.2%) berbanding perempuan (37.8%). Dari sudut umur, kelompok terbesar adalah golongan muda berumur 18-20 tahun (90.2%). Majoriti besar responden berasal dari Sabah (97.6%) , dengan taburan program pengajian merangkumi Sijil Teknologi Elektrik (41.5%), Sijil Operasi Perhotelan (31.7%), dan Sijil Kulinari (26.8%).

Jadual 2: Bahagian B Faktor Kesedaran Pelabelan Logo Halal Makanan dalam Kalangan Pelajar

No	Faktor Pengaruh	Skor min	Sisihan Piawai	Tahap
1	Pendidikan agama sejak kecil mempengaruhi cara saya memilih makanan.	4.48	.805	Tinggi
2	Pengaruh rakan sebaya sangat kuat dalam menentukan tempat makan yang halal.	4.41	.831	Tinggi
3	Media sosial (Facebook, TikTok, Twitter) memberi maklumat pantas tentang isu halal.	4.44	.818	Tinggi
4	Kempen kesedaran halal oleh pihak universiti atau kerajaan meningkatkan kefahaman saya.	4.39	.797	Tinggi
5	Kebimbangan terhadap penggunaan bahan terlarang (alkohol/khinzir) dalam makanan moden.	4.45	.848	Tinggi
Min keseluruhan		4.4341		Tinggi

Sumber: Hasil analisis penyelidik

Secara keseluruhannya, faktor pengaruh kesedaran pelabelan logo halal dalam kalangan pelajar berada pada tahap yang Tinggi dengan min keseluruhan sebanyak 4.4341. Pendidikan agama sejak kecil mencatatkan skor min tertinggi dalam kategori ini iaitu 4.48, diikuti rapat oleh kebimbangan terhadap penggunaan bahan terlarang seperti alkohol atau khinzir dalam makanan moden dengan min 4.45. Media sosial turut memainkan peranan penting dengan min 4.44, manakala pengaruh rakan sebaya dan kempen kesedaran rasmi masing-masing mencatatkan min 4.41 dan 4.39.

Dapatan ini menunjukkan bahawa kesedaran pelajar bersifat holistik, di mana ia didorong oleh pendidikan asas dan juga kebimbangan terhadap keselamatan makanan moden. Kebimbangan terhadap bahan terlarang mencerminkan peningkatan literasi pengguna terhadap kerumitan rantai bekalan makanan masa kini. Kajian oleh Ahmad (2025) menegaskan bahawa pengguna muda kini lebih kritis terhadap ramuan tersembunyi, menjadikan logo halal sebagai jaminan keselamatan dan kesucian yang paling dipercayai dalam menghadapi ledakan produk makanan inovatif.

Bahagian C: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesedaran Pelabelan Logo Halal

Jadual 3: Bahagian C1 Faktor Pendidikan dan Latar Belakang Keluarga

No	Pernyataan	Skor min	Sisihan Piawai	Tahap
1	Pendidikan agama yang saya terima sejak kecil menjadikan saya lebih prihatin terhadap logo halal.	4.61	.797	Tinggi
2	Didikan ibu bapa dalam memilih makanan yang halal mempengaruhi tabiat pembelian saya.	4.61	.750	Tinggi
3	Pengetahuan yang saya pelajari di sekolah/universiti membantu saya memahami kepentingan logo halal.	4.57	.738	Tinggi
Min keseluruhan		4.5976		Tinggi

Sumber: Hasil analisis penyelidik

Dapatan menunjukkan tahap kesedaran bagi faktor ini adalah Tinggi (Min: 4.60). Item tertinggi ialah didikan ibu bapa dalam memilih makanan halal (Min: 4.61) serta pendidikan agama sejak kecil (Min: 4.61). Latar belakang keluarga merupakan asas terkuat dalam membentuk etika kepenggunaan Muslim. Hassan & Yusof (2021) menghujahkan bahawa didikan awal di rumah membina "perisai" moral yang menyebabkan pelajar tetap mengutamakan logo halal walaupun berada di luar pengawasan ibu bapa. Selari dengan itu, Zainal et al. (2022) mendapati bahawa pendidikan agama yang sistematik di sekolah mengukuhkan kefahaman tentang konsep haram dan syubhah. Abdullah (2025) pula menambah bahawa nilai-nilai kekeluargaan dalam budaya masyarakat Malaysia secara kolektif menyumbang kepada sensitiviti tinggi terhadap kesucian makanan.

Jadual 4: Bahagian C2 Pengaruh Rakan Sebaya dan Persekitaran Sosial

No	Pernyataan	Skor min	Sisihan Piawai	Tahap
4	Saya akan lebih berwaspada terhadap logo halal jika rakan-rakan saya turut menitikberatkannya.	4.54	.757	Tinggi
5	Saya cenderung memilih premis makanan yang mempunyai logo halal kerana mengikut pilihan rakan-rakan.	4.40	.954	Tinggi
6	Perbincangan mengenai isu halal dalam kalangan pelajar meningkatkan kesedaran saya.	4.56	.755	Tinggi
Min keseluruhan		4.5000		Tinggi

Sumber: Hasil analisis penyelidik

Faktor ini mencatatkan Min keseluruhan 4.50 (Tahap Tinggi). Responden cenderung berwaspada terhadap logo halal jika rakan-rakan turut menitikberatkannya (Min: 4.54). Dalam persekitaran kampus, rakan sebaya bertindak sebagai pengaruh sosial yang dominan melalui tekanan rakan (peer pressure) yang positif. Ibrahim & Bakar (2022) menjelaskan bahawa keputusan pembelian makanan sering dibuat secara berkumpulan, di mana "persetujuan sosial" mengenai status halal premis menjadi keutamaan. Menurut Nasir (2023), perbincangan tidak formal mengenai isu halal di meja makan meningkatkan kesedaran kolektif dalam kalangan pelajar. Omar (2026) pula menyatakan bahawa sokongan persekitaran sosial yang mengamalkan gaya hidup halal memudahkan individu mengekalkan prinsip pemilihan makanan yang suci.

Jadual 5: Bahagian C3 Peranan Media Massa dan Media Sosial

No	Pernyataan	Skor min	Sisihan Piawai	Tahap
7	Maklumat mengenai isu logo halal di media sosial (TikTok, Instagram, dll) menarik perhatian saya.	4.54	.740	Tinggi
8	Kempen "Yakin Halal" oleh pihak berkuasa di media massa meningkatkan kesedaran saya untuk menyemak label.	4.48	.849	Tinggi
9	Berita mengenai penyalahgunaan logo halal yang tular di internet membuatkan saya lebih berhati-hati.	4.61	.733	Tinggi

No	Pernyataan	Skor min	Sisihan Piawai	Tahap
10	Iklan produk makanan yang menonjolkan logo halal JAKIM meyakinkan saya untuk membeli.	4.57	.802	Tinggi
Min keseluruhan		4.5488		Tinggi

Sumber: Hasil analisis penyelidik

Seterusnya, Jadual 5 di atas menunjukkan hasil dapatan kajian menunjukkan media sosial berperanan sebagai medium penyebaran maklumat dan pemantauan halal yang pantas serta berpengaruh. Kajian oleh Kamal et al. (2022) mendapati bahawa pempengaruh (influencers) yang berkongsi kandungan berkaitan makanan halal memberi impak yang signifikan terhadap niat pembelian dalam kalangan belia. Selaras dengan itu, Latif (2024) menegaskan bahawa fenomena kandungan tular (viral) berfungsi sebagai sistem amaran awal yang membantu mendedahkan penyalahgunaan logo halal oleh pihak yang tidak bertanggungjawab. Tambahan pula, Yusuf (2025) melaporkan bahawa pelaksanaan kempen digital seperti "Yakin Halal" oleh JAKIM menerusi platform TikTok dan Instagram berjaya merapatkan jurang penyampaian maklumat antara pihak berkuasa dengan pengguna muda, sekaligus meningkatkan kesedaran dan keyakinan pengguna terhadap pensijilan halal.

Jadual 6: Bahagian C4 Ketersediaan Maklumat dan Teknologi

No	Pernyataan	Skor min	Sisihan Piawai	Tahap
11	Kemudahan menyemak status halal melalui aplikasi telefon pintar meningkatkan kesedaran saya.	4.48	.805	Tinggi
12	Keberadaan poster atau tanda amaran tentang status halal di premis makanan memudahkan saya membuat keputusan.	4.55	.772	Tinggi
Min keseluruhan		4.5122		Tinggi

Sumber: Hasil analisis penyelidik

Seterusnya, Bahagian C4 iaitu ketersediaan maklumat dan teknologi mencatatkan min keseluruhan 4.5122. Penggunaan aplikasi telefon pintar untuk menyemak status halal mencatatkan min 4.48. Manakala, kewujudan poster atau tanda amaran status halal di premis makanan secara fizikal memudahkan keputusan responden dengan skor min 4.55. Integrasi teknologi memudahkan verifikasi pantas, namun paparan fizikal di premis kekal sebagai rujukan utama yang paling mudah dicapai. Razak (2023) menyatakan bahawa ketersediaan maklumat secara visual di lokasi fizikal memberikan rasa selamat (peace of mind) secara serta-merta kepada pelanggan sebelum mereka memasuki premis. Walau bagaimanapun, pemerksaan aplikasi semakan halal perlu ditingkatkan bagi menyokong gaya hidup digital pelajar masa kini (Mustafa, 2024).

Jadual 7: Bahagian C5 Kesedaran Kesihatan dan Kesucian (Halalan Thoyyiban)

No	Pernyataan	Skor min	Sisihan Piawai	Tahap
13	Keinginan untuk mengambil makanan yang bersih dan suci mendorong saya mencari logo halal.	4.55	.788	Tinggi
14	Saya percaya bahawa produk dengan logo halal JAKIM adalah lebih berkualiti dan selamat untuk dimakan.	4.59	.800	Tinggi
15	Kebimbangan terhadap kesan makanan tidak halal kepada pembentukan sahsiah diri menguatkan kesedaran saya.	4.57	.754	Tinggi
Min keseluruhan		4.5691		Tinggi

Sumber: Hasil analisis penyelidik.

Faktor ini mencatatkan Min 4.57 (Tahap Tinggi). Responden percaya bahawa produk dengan logo halal JAKIM adalah lebih berkualiti dan selamat (Min: 4.59). Konsep Halalan Thoyyiban kini diterima sebagai piawaian kualiti yang merangkumi aspek kebersihan, keselamatan, dan nutrisi. Ramli et al. (2021) menyatakan bahawa kesedaran kesihatan menjadi pendorong utama di mana pengguna mengaitkan logo halal dengan jaminan produk bebas daripada bahan cemar berbahaya. Mustafa (2023) berhujah bahawa kebimbangan terhadap kesan makanan tidak halal kepada sosiopsikologi dan sahsiah diri menguatkan pegangan pelajar terhadap prinsip halal. Menurut Hamid (2025), pengiktirafan JAKIM dilihat sebagai *gold standard* yang memberikan ketenangan minda (peace of mind) kepada pengguna dari sudut kesucian fizikal dan spiritual.

Kesimpulan

Secara keseluruhannya, kajian ini merumuskan bahawa tahap kesedaran terhadap pelabelan logo halal dalam kalangan pelajar Kolej Komuniti Beaufort berada pada tahap tinggi dengan nilai min keseluruhan 4.43. Faktor pendidikan dan latar belakang keluarga mencatatkan nilai min tertinggi, iaitu 4.60. Dapatan ini menunjukkan bahawa didikan agama sejak kecil dan bimbingan ibu bapa merupakan faktor yang paling menonjol berdasarkan skor min yang diperolehi. Kesedaran kesihatan dan kesucian turut mencatatkan nilai min yang tinggi, iaitu 4.57. Hal ini menggambarkan bahawa responden tidak hanya mengaitkan logo halal dengan tuntutan agama, tetapi juga dengan aspek kebersihan, keselamatan dan kualiti makanan.

Peranan media massa dan media sosial turut berada pada tahap tinggi dengan nilai min 4.55. Berita tular mengenai penyalahgunaan logo halal mencatatkan nilai min tertinggi bagi faktor ini, iaitu 4.61. Dapatan tersebut menunjukkan bahawa maklumat yang disebarkan melalui media digital boleh meningkatkan sikap berhati-hati dalam kalangan pelajar ketika memilih produk makanan. Faktor ketersediaan maklumat dan teknologi serta pengaruh rakan sebaya dan persekitaran sosial masing-masing mencatatkan nilai min 4.51 dan 4.50. Walaupun kedua-dua faktor ini mencatatkan nilai min yang sedikit lebih rendah berbanding faktor lain, tahapnya

masih tinggi. Secara keseluruhan, kesemua faktor yang dinilai menunjukkan bahawa kesedaran terhadap pelabelan logo halal tidak hanya berkait dengan satu aspek, tetapi turut melibatkan pendidikan, keluarga, kesihatan, media, teknologi dan persekitaran sosial pelajar.

Berdasarkan dapatan kajian, institusi pendidikan boleh memperkukuhkan literasi halal dalam kalangan pelajar melalui pendedahan tentang cara mengenal pasti logo Halal Malaysia yang sah, menyemak status halal melalui saluran rasmi dan menilai kesahihan maklumat halal yang tersebar di media sosial. Agensi berkaitan dan pihak industri makanan pula disarankan menyediakan maklumat pensijilan halal yang jelas dan mudah disemak bagi membantu pengguna muda membuat pilihan makanan dengan lebih yakin.

Walaupun bagaimanapun, dapatan kajian ini hanya melibatkan 82 orang responden daripada Kolej Komuniti Beaufort. Oleh itu, dapatan tersebut tidak semestinya mewakili keseluruhan pelajar institusi pengajian tinggi atau pengguna Muslim di Malaysia. Kajian akan datang boleh melibatkan lebih banyak kolej komuniti dan lokasi yang berbeza supaya gambaran yang diperoleh lebih menyeluruh.

Penghargaan:	Penulis merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada Kolej Komuniti Beaufort, Sabah atas sokongan dan kemudahan yang diberikan sepanjang kajian ini dijalankan.
Penyataan Pembiayaan:	Kajian ini tidak menerima sebarang pembiayaan.
Pernyataan Konflik Kepentingan:	Penulis mengisytiharkan bahawa tiada konflik kepentingan berkaitan penerbitan kertas kerja ini. Semua penulis telah menyumbang kepada kajian ini dan telah meluluskan versi akhir manuskrip untuk penyerahan kepada Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SME's (AIJBES)
Pernyataan Etika:	Kajian ini telah dijalankan selaras dengan piawaian etika penyelidikan. Persetujuan bermaklumat telah diperoleh daripada semua responden sebelum pengumpulan data dijalankan. Penyertaan adalah secara sukarela, dan responden telah dijamin kerahsiaan serta anonimitas. Data yang dikumpulkan digunakan semata-mata bagi tujuan akademik.
Pernyataan Sumbangan Penulis:	Nur Fatin Nabilah bertanggungjawab dalam penulisan bahagian pengenalan dan sorotan literatur. Wan Nur Syamimi bertanggungjawab dalam proses pengumpulan data melalui soal selidik serta menjalankan analisis data menggunakan perisian SPSS. Sharifah menyumbang kepada penulisan dan pengembangan bahagian sorotan literatur. Siti Sarah pula bertanggungjawab dalam penulisan sorotan literatur, bahagian kesimpulan serta penyediaan dan penyusunan senarai rujukan. Kesemua penulis telah memberikan sumbangan intelektual terhadap penyediaan, semakan dan pemurnian manuskrip.

Rujukan

- Abdullah, N. A. (2025). Budaya kekeluargaan dan pembentukan norma kepenggunaan halal dalam masyarakat Muslim Malaysia. *Journal of Islamic Social Studies*, 12(1), 44–58.
- Hamid, M. A. (2023). Consumer perception towards halal cosmetics product in Malaysia. *Jurnal Evolusi*, 4(2). <https://doi.org/10.61688/jev.v4i2.70>
- Hamid, R. (2025). Pensijilan halal JAKIM sebagai penanda aras keselamatan makanan pengguna Muslim. *Malaysian Journal of Halal Consumerism*, 9(2), 77–91.
- Hassan, M. F., & Yusof, N. H. (2021). Peranan keluarga dalam pembentukan kesedaran halal dalam kalangan remaja Muslim. *Jurnal Pengajian Islam Kontemporari*, 14(2), 88–101.
- Ibrahim, S., & Bakar, A. R. (2022). Pengaruh rakan sebaya terhadap tingkah laku pemilihan makanan halal dalam kalangan pelajar IPT. *Journal of Muslim Consumer Behaviour*, 5(1), 23–37.
- Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM). (2023). *Manual prosedur pensijilan halal Malaysia (Domestik) 2020 (Semakan 2023)*. Jabatan Kemajuan Islam Malaysia. JAKIM
- Kamal, N. A., Rahman, F. A., & Aziz, S. A. (2022). Pengaruh media sosial terhadap niat pembelian makanan halal dalam kalangan generasi muda. *International Journal of Halal Studies*, 6(3), 112–126.
- Latif, M. H. (2024). Media sosial sebagai mekanisme pemantauan pengguna terhadap isu penyalahgunaan logo halal. *Jurnal Komunikasi Islam dan Media Digital*, 8(1), 55–70.
- Mohd Nor, N., & Hassan, S. (2022). Kesedaran pensijilan halal dan tingkah laku pembelian dalam kalangan pelajar kolej komuniti di Malaysia. *Journal of Halal Industry and Services*, 4(2), 65–79.
- Mustafa, A. H. (2023). Kesedaran spiritual dan pemilihan makanan halal dalam kalangan pengguna Muslim moden. *Jurnal Akidah dan Pemikiran Islam*, 15(1), 91–105.
- Mustafa, Z. (2024). Integrasi teknologi digital dan paparan visual dalam meningkatkan pengalaman semakan halal pengguna. *Malaysian Journal of Consumer Technology*, 7(2), 39–52.
- Nasir, M. N. (2023). Komunikasi sosial dan kesedaran halal dalam kalangan mahasiswa institusi pengajian tinggi. *Journal of Islamic Communication Studies*, 10(1), 73–86.
- Omar, S. H. (2026). Persekitaran sosial dan pengukuhan gaya hidup halal dalam kalangan belia Muslim. *International Journal of Contemporary Islamic Studies*, 11(1), 28–43.
- Ramli, N. A., Karim, M. S., & Salleh, H. (2021). Logo halal sebagai indikator keselamatan makanan dan kesihatan pengguna Muslim. *Journal of Halal Science and Management*, 3(2), 59–74.
- Razak, M. A. (2023). Penggunaan aplikasi semakan halal digital dan keyakinan pengguna terhadap produk makanan. *Jurnal Teknologi dan Kepenggunaan Islam*, 6(1), 48–63.
- Shaari, J. A., Abdullah, N., & Ismail, R. (2021). Kepercayaan pengguna terhadap pensijilan halal dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian makanan. *Asian Journal of Islamic Management*, 13(2), 97–110.
- Yusuf, F. M. (2025). Keberkesanan kempen kesedaran halal digital JAKIM dalam kalangan pengguna muda di Malaysia. *Journal of Digital Da'wah and Islamic Communication*, 4(1), 14–29.
- Zainal, N. H., Rahim, R., & Ahmad, S. (2022). Pendidikan agama dan kesedaran halal dalam kalangan pelajar institusi pengajian tinggi. *Jurnal Pendidikan Islam Malaysia*, 9(3), 120–134.

Zuhudi, M. A., & Dolah, J. (2021). Pengiktirafan logo halal dan hubungannya dengan keyakinan pengguna terhadap produk makanan. *Journal of Halal Consumer Research*, 2(1), 33–47.