

PENGETAHUAN, PERSEPSI DAN PERILAKU KONSUMER MUALAF DI NEGERI TERENGGANU DALAM MENGGUNAKAN PRODUK MAKANAN HALAL

Knowledge, Perception and Consumer Behavior of Mualaf in Terengganu States in Using Halal Food Products

Azarudin Awang^{1a*}, Norhana Abdullah @ Ng Siew Boey^{2b} & Irdina Safiah Izudin^{3c}

^aAkademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS) Universiti Teknologi MARA,
23000 Dungun, Terengganu, MALAYSIA.

Emel: azarul154@uitm.edu.my

^bPersatuan Cina Muslim (MACMA), Negeri Terengganu

Emel: norhana@macma.my

^cAkademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS) Universiti Teknologi MARA

Emel: irdnsfih6@gmail.com

*Corresponding Author: azaru154@tganu.uitm.edu.my

Received: 11 May 2022

Accepted: 24 August 2022

Published: 15 September 2022

DOI: <https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol27no4.453>

Abstrak	Abstract
<p>Salah satu ciri seorang Muslim yang komited terhadap ajaran agamanya ialah memelihara dirinya daripada mengambil makanan yang dilarang oleh agama. Komuniti Mualaf merupakan kelompok yang baru memeluk agama Islam dan lazimnya mereka memahami ajaran Islam secara berperingkat termasuk dalam aspek-aspek yang menyentuh konsumerisme dalam sesuatu produk makanan. Objektif kajian ini ialah melihat tahap pengetahuan dan persepsi mualaf terhadap produk makanan halal. Selanjutnya menganalisis perilaku mereka terhadap konsumerisme produk makanan dalam menjalani kehidupan sebagai Muslim yang baharu. Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif melalui edaran borang soal selidik ke atas 110 orang mualaf di negeri Terengganu. Data dianalisis melalui perisian SPSS 25.0 menggunakan peratus, min, sisihan piawai dan ujian-t dan One-way</p>	<p>One of the characteristics of a Muslim who is committed to his religion is to avoid himself from consuming foods that are forbidden by the religion. The Mualaf community is a group that has just embraced Islam and usually learns Islam in stages, including aspects that affect consumerism in a food product. The objective of this study is to look at the level of knowledge and perception of mualaf on halal food products. Furthermore, to analyze their attitudes towards consumerism of food products in living life as a new Muslim. This study uses a quantitative method through the distribution of questionnaires to 110 mualafs in Terengganu. Data were analyzed through SPSS 25.0 software using percentage, mean, standard deviation, t-test and One-way Anova. Overall, the results of the study based on demography show that</p>

<p>Anova. Secara keseluruhannya, hasil kajian berdasarkan demografi menunjukkan tahap pengetahuan, persepsi dan perilaku mualaf di negeri Terengganu dalam mengambil dan menggunakan produk halal adalah tinggi. Min pengetahuan dan persepsi mualaf wanita lebih tinggi daripada lelaki namun tidak terdapat perbezaan yang signifikan. Begitu juga dari aspek kategori bangsa, peringkat umur, tahap pendidikan, pekerjaan dan tempoh memeluk Islam, hasil dapatan menunjukkan perbezaan min adalah tidak signifikan. Walau bagaimanapun didapati jenis pekerjaan mempunyai hubungan yang signifikan dalam mempengaruhi mualaf dalam aspek perilaku. Hasil dapatan ini penting kerana ia mampu memberi informasi kepada Majlis Agama dan badan-badan yang berkaitan tentang perlunya bimbingan yang berterusan diberikan kepada mualaf terhadap kepentingan konsumerisme Islam.</p>	<p>the level of knowledge, perception and attitude of mualaf in Terengganu in taking and using halal products is high. Mean knowledge and perception of female mualafs is higher than males but there is no significant. Similarly, from the aspect of race category, age level, level of education, occupation and period of conversion to Islam, the results also show that the mean is not significant. However, it was found that the type of job has a significant relationship in influencing converts in behavioral aspects. These findings are important because they are able to provide information to the Religious Council and related bodies about the need for continuous guidance given to converts on the importance of Islamic consumerism.</p>
<p>Kata kunci: Pengetahuan, Persepsi, Perilaku, Mualaf, Produk Makanan Halal</p>	<p>Keywords: Knowledge, Perception, Behavior, Mualaf, Halal Food Products</p>

1. PENDAHULUAN

Isu yang menyentuh konsumerisme dalam pengambilan dan penyediaan makanan yang halal merupakan suatu aspek penting dalam Islam dan perlu dititikberatkan oleh setiap individu Muslim kerana ia juga berkait rapat dengan perkembangan jasmani dan rohani. Lazimnya, segala jenis makanan yang tidak halal dan diharamkan oleh Allah akan membawa mudarat atau bencana kepada manusia. Justeru, konsumerisme dalam produk makanan yang halal merupakan perkara yang sangat penting bagi setiap individu Muslim. Matlamatnya ialah memastikan agar setiap Muslim mendapatkan kualiti pemakanan yang lebih baik dan dalam masa yang sama ia menjadi wasilah manusia memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Ini kerana, pengambilan makanan yang benar-benar dijamin halal menjadi indikator keimanan seseorang kepada agama Islam.

Malaysia merupakan sebuah negara yang didiami oleh etnik-etnik yang menganut pelbagai agama dan kepercayaan. Sebanyak 61% daripada jumlah penduduknya menganut agama Islam, 20% adalah Buddha, 9% adalah Kristian, 6 % adalah Hindu dan masing-masing 1% merupakan penganut

agama-agama tradisi Cina, tiada agama, lain-lain dan tidak diketahui (Enizahura 2018). Dalam masa yang sama, pemeluk agama Islam dalam kalangan komuniti non-Muslim semakin bertambah pada setiap tahun. Seiring dengan penukaran agama yang berlaku ke atas seorang memilih agama Islam sebagai anutan barunya, perubahan ke atas keyakinan agama juga menuntut seseorang muallaf turut melakukan perubahan terhadap cara hidupnya sebagai seorang Muslim dalam menjalani setiap aktiviti kehidupannya. Justeru, pemeluk agama Islam baharu yang dikenali juga sebagai muallaf bukan sahaja perlu melakukan pemindahan semula aspek kepercayaan, keyakinan dan pengalaman agama selari dengan ajaran Islam, malah mereka juga perlu melakukan penyesuaian dalam aspek-aspek konsumerisme yang menyentuh rutin hidup seharian seperti pemakaian; dan pengambilan dan pengolahan makanan.

2. PERMASALAHAN KAJIAN

Pemahaman tentang konsep halal bagi muallaf amat berkait rapat dengan zaman sebelum mereka memeluk agama Islam. Oleh kerana sebahagian ajaran Islam yang sampai kepada mereka hanyalah bersifat umum sahaja seperti 'tidak boleh minum arak' dan 'tidak boleh makan babi'. Jadi, sebahagian komuniti non-Muslim akan memandang serong kepada Islam kerana mereka tidak memahami banyak perkara kenapa dan mengapa suatu produk yang tidak berkait dengan arak atau babi dilarang diambil manfaat di dalam Islam (Muhammaf Yusof et al. 2018). Pemahaman yang dangkal tentang konsumerisme makanan halal berlanjutan hinggalah dalam ada kalangan mereka melakukan pemeluk agama Islam atas pelbagai faktor. Untuk itu, kajian ini penting dilakukan untuk melihat tahap pengetahuan, persepsi dan perilaku kelompok yang memilih Islam sebagai anutan baru dan menjalankan realiti kehidupannya sebagai konsumer baru Muslim.

Selain itu, Qamarul Ariffin dan Mohd Yusof (2019) menjelaskan bahawa muallaf berhadapan tempoh yang tertentu bagi melakukan adaptasi dan menyesuaikan cara hidup sebagaimana yang digariskan oleh ajaran Islam. Dalam keadaan yang tertentu, muallaf kadang kala berhadapan dilemma untuk melaku perubahan drastik dalam integrasi budaya Islam ini. Ini kerana terdapat kes-kes muallaf yang telah bekerja di premis yang sememangnya bercanggah dengan ajaran Islam seperti kedai arak, pusat perjudian, restoran non halal dan sebagainya bagi menyara kehidupannya. Dari sudut Islam, jaminan terhadap status 'halal' bukan sahaja hanya merujuk kepada jenis makanan atau cara penyediaannya, malah melibatkan bagaimana sumber perolehan makanan tersebut (Miskahuddin 2021). Justifikasi kajian ini dilakukan dalam kalangan Muallaf di negeri Terengganu memandangkan

kelompok non Muslim di negeri Terengganu mempunyai interaksi sosial yang sangat padu dengan masyarakat Muslim di sekeliling (Azarudin & Khadijah 2015). Justeru, faktor pengalaman hubungan sosial yang telah berlaku dengan kehidupan majoriti masyarakat Muslim sedikit sebanyak menentukan pola hasil dapatan kajian yang dijalankan.

3. KAJIAN LITERATUR

Konsumer merupakan kelompok yang menggunakan barangan hasil produk yang meliputi bahan makanan, pakaian dan sebagainya yang dianggap sebagai barangan yang memenuhi keperluan hidup seharian. Dalam konteks Islam, keperluan terhadap sesuatu produk makanan berkait rapat sebagai keperluan hidup, dijamin halal, tidak mendatangkan kemaslahatan, tidak berlebihan dan bebas dari unsur-unsur riba (Eddy dan Maulina 2020). Konsumerisme Islam perlulah menepati hieraki maqasid syariah terhadap keperluan individu Muslim dan kesejahteraan sosial yakni menjaga agama, jiwa, keturunan, harta dan akal nya. Dalam kata lain, konsumerisme Islam perlulah menitikberatkan bahawa sesuai dengan tuntutan wahyu, “kebaikan dunia ini dan akhirat (*maslahat al-din wa al-dunya*) sebagai tujuan utamanya (Ghazali 2010).

Perkataan ‘halal’ diambil daripada akar kata dalam bahasa Arab iaitu *halla-yahillu-hillan-wahallan* yang bermaksud apa-apa yang boleh dan halal serta tidak dilarang dalam Islam. Ia bukan sahaja halal pada makanan tetapi ia juga boleh digunakan pada banyak dalam kehidupan manusia yang menyentuh aspek kepenggunaan, peribadatan, sosial, alam sekitar dan sebagainya (Md Siddique, et al. 2019). Dalam *Kamus Dewan* (2015), perkataan halal dijelaskan sebagai sebagai suatu hukum membolehkan sesuatu perbuatan itu dilakukan (dalam Islam) atau tidak ditegah oleh syarak atau diizinkan atau dibenarkan manakala lawannya ialah haram. Dari aspek fiqh, al-Qardhawi (1999) menyebut bahawa halal merupakan perkara yang diharuskan dan gugur daripadanya ikatan haram dan syariat membenarkan pelaksanaan terhadap perbuatannya. Takrif halal berdasarkan Akta Perihal Dagangan (Penggunaan Perbahasaan “Halal”) 2011 pula dijelaskan sebagaimana berikut:

“Apabila digunakan berhubung dengan makanan dalam apa-apa juga bentuk dalam perjalanan perdagangan atau perniagaan sebagai suatu perihal dagangan atau sebagai sebahagian daripada suatu perihal dagangan yang dipakai bagi makanan itu, perbahasaan-perbahasaan ‘Halal’, ‘Ditanggung Halal’ atau ‘Makanan Islam’ atau apa-apa perbahasaan lain yang menunjukkan atau mungkin difahamkan sebagai menunjukkan bahawa orang-orang Islam adalah dibenarkan oleh agama mereka memakan makanan itu maka perbahasaan itu hendaklah mempunyai erti yang berikut,

iaitu makanan yang berhubung dengan perbahaasan atau perbahaasan-perbahaasan itu digunakan:

- i) bukanlah terdiri daripada atau mengandungi apa-apa bahagian atau benda dari binatang yang orang Islam dilarang oleh Hukum Syarak memakannya atau yang tidak disembelih mengikut Hukum Syarak;
- ii) tidaklah mengandungi apa-apa benda yang dihukum sebagai najis mengikut Hukum Syarak;
- iii) tidak disedia, diproses atau dikilang dengan menggunakan apa-apa alat yang tidak bebas dari benda-benda najis mengikut Hukum Syarak; dan
- iv) tidaklah dalam masa menyedia, memproses atau menyimpannya itu bersentuhan atau berdekatan dengan apa-apa makanan yang tidak memenuhi kehendak-kehendak perenggan (a), (b) atau (c) atau apa-apa benda yang dihukum sebagai najis mengikut Hukum Syarak". (Mohamad Hafifi dan Nor'adha, 2019)

Berdasarkan kenyataan di atas dapat dinyatakan bahawa pemaknaan awal tentang halal memberi penekanan terhadap penggunaan terhadap sesuatu tidak tercemar, suci dan diterima oleh syarak sama ada dari aspek penyediaan dan bahan yang digunakan. Sebagai konsumen Muslim, Al-Quran menyuruh setiap penganutnya agar sentiasa memastikan makanan atau minuman yang diambil adalah berkeadaan yang baik (*tayyib*) dan halal. Misalnya firman Allah dalam surah Al-Baqarah ayat 168 yang bermaksud:

"Wahai sekalian manusia! Makanlah daripada apa yang ada di bumi yang halal lagi baik, dan janganlah kamu ikut jejak langkah syaitan; kerana sesungguhnya syaitan itu ialah musuh yang terang nyata bagi kamu."

Selanjutnya firman Allah lagi dalam surah An-Nahl ayat 115 misalnya menyebut:

"Sesungguhnya Allah mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi dan haiwan yang tidak disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah, tetapi barang siapa yang terpaksa (memakannya) bukan kerana menginginkan dan tidak pula melampaui batas, maka sesungguhnya Allah itu maha pengampun dan maha penyayang".

Ibnu Kathir (2000) menjelaskan bahawa konsep *halalan tayyiban* memberi makna bahawa segala makanan yang telah diberikan oleh Allah di dunia ini adalah halal kecuali terdapat dalil-dalil yang khusus mengharamkannya. Tujuan dikurniakan makanan yang halal dan *tayyiban* ini adalah untuk memberi manfaat dan kebaikan kepada jiwa dan fizikal manusia. Dari

aspek yang lain, pengambilan makanan *halalan tayyiban* merupakan satu manifestasi dalam mengabdikan diri kepada Allah dan sebagai tanda rasa syukur terhadap nikmat yang diberikan. Berkait dengan ini juga, Norkumala (2020) menyatakan penggunaan konsep *halalan tayyiban* mampu menentukan status sesuatu makanan tersebut samada dari aspek tersurat (fizikal) atau tersirat (yang tidak nampak secara zahir). *Tayyiban* bukan sahaja mesti bersumberkan halal malah barangan tersebut perlulah bersih dari sebarang perkara yang tidak mendatangkan mudarat, penyakit, perlulah mengandungi unsur-unsur yang memberi manfaat dan khasiat kesihatan kepada manusia. Tuntasnya, nilai halal suatu produk ialah barangan tersebut bebas daripada unsur haram sama ada berupa bahan yang digunakan untuk membuat produk, bahan tambahan atau suatu bahan yang melalui proses bioteknologi yang meliputi suatu modifikasi genetik (Gita Putri 2021).

Mualaf merupakan kelompok melakukan penukaran ke Islam bertujuan mencari sinar baru dalam kehidupan mereka dengan menerima keindahan Islam sebagai agama anutan baru dan harapannya agama baru tersebut akan memberi ketenangan kepada diri mereka. Di Malaysia, perihal yang menyentuh hal ehwal mualaf di letakkan di bawah bidang kuasa kerajaan negeri. Berkait dengan ini, Azman et al. (2020) menyatakan tidak wujud keselarasan antara kerajaan negeri tentang had tempoh seseorang digelar sebagai mualaf. Dalam kata lain, sebahagian negeri menetapkan had tempoh dan terdapat juga negeri yang tidak menetapkan had tempoh seseorang itu digelar sebagai mualaf.

Pemelukan agama Islam di Malaysia sentiasa berlaku dan bertambah pada setiap tahun. Ketidakterkaitan dengan agama asal menjadikan faktor utama mualaf melakukan hijrah ke agama Islam. Faktor lain adalah disebabkan dorongan ingin berkahwin dengan pasangan Muslim, dorongan keluarga yang telah memeluk agama Islam dan sebagainya (Nur Ain Sumaiyah & Noor Aishah Rosli, 2018; Azarudin & Khadijah 2014). Di Terengganu, berdasarkan statistik pemelukan agama Islam 2012-2018 di negeri tersebut, seramai 585 orang telah mendaftar untuk memeluk agama Islam. Jumlah terbesar merupakan bukan warga negara yang kebanyakannya adalah para pelancong yang datang ke negeri ini. Manakala komuniti Cina merupakan warga negara yang terbesar memeluk agama Islam di negeri ini diikuti oleh etnik India, komuniti Sarawak, orang asli dan etnik-etnik dari Sabah. Perihal ini dijelaskan sebagaimana jadual 1 berikut: -

Jadual 1: Pemelukan Agama Islam di Terengganu 2012-2018

Tahun	2012		2013		2014		2015		2016		2017		2018		Jumlah
	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	
Jantina/ Bangsa															
Cina	16	8	19	8	17	9	11	9	12	10	12	9	14	5	159
India	2	2	11	4	10	3	4	3	7	1	7	2	7	2	65
Sarawak	7	3	8	8	3	9	3	2	2	2	3	6	1	2	59
Sabah	2	1	3	-	3	3	-	-	1	2	1	1	-	-	17
Asli	4	3	1	3	2	2	2	-	4	1	2	8	-	1	33
Bukan Warga (Termasuk Pelancong)	23	18	30	33	10	15	18	27	15	14	11	12	14	12	252
Jumlah	54	35	72	56	45	41	38	41	41	30	36	38	36	22	585

Sumber: Pejabat Agama Negeri Terengganu (2021)

Terdapat beberapa kajian lepas tentang konsumerisme produk makanan halal di Malaysia. Antaranya kajian kualitatif yang dilakukan oleh Asiah et al. (2019) yang melihat makanan halal menurut perspektif Islam dapat dirujuk melalui nas al-Quran dan al-Hadith khususnya dalam menjelaskan manfaatnya terhadap kesihatan dan kehidupan manusia. Kajian ini juga memberi fokus kepada pelabelan makanan dengan melihat ciri-ciri, fungsi serta syarat pelabelan yang perlu dipatuhi oleh pengeluar makanan bagi memberi pengetahuan kepada pengguna untuk memilih barangan terbaik. Asiah et al. mendapati pelabelan makanan yang tepat memainkan peranan penting dalam bidang pemasaran dan pengedaran makanan, iaitu membekalkan maklumat kepada pengguna di samping bermanfaat dalam penjualan. Selanjutnya kajian kualitatif yang dilakukan oleh Al-'Uyuna dan Zalina (2021) yang melihat perkembangan makanan Korea dan pelaksanaan halal di premis makanan Korea di Malaysia. Beliau mendapati walaupun makanan Korea asalnya diasaskan oleh negara bukan Islam dan menggunakan bahan mentah yang tidak halal, namun proses ubahsuai ramuan dan faktor kesediaan pengusaha makanan untuk mematuhi keperluan khas pensijilan halal menyumbang kepada peningkatan jumlah premis makanan halal Korea di Malaysia. Seterusnya terdapat juga kajian yang dilakukan yang memberi fokus terhadap niat untuk membeli produk halal dalam kalangan non Muslim. Selain daripada itu, kesedaran pengguna Muslim untuk sentiasa mendapatkan makanan yang halal lagi baik (*halalan tayyiban*) juga memainkan peranan penting bagi memastikan kelestarian pensijilan halal sentiasa dimartabatkan oleh pihak industri. Kajian yang dilakukan oleh Tuan Sidek (2019) menjelaskan bahawa perkembangan sains dan teknologi pendekatan sederhana fiqh Syafie sesuai

diguna pakai dalam menentukan status halal dalam konsumerisme produk makanan. Kajian yang dilakukan oleh Mohd Hafidzullah (2019) dan Shyue et al. (2022) mendapati bahawa niat untuk menggunakan produk halal dalam kalangan non-Muslim di Malaysia dipengaruhi oleh faktor norma subjektif, sikap mereka, kawalan tingkah laku, faktor logo halal, harga, kualiti dan keselamatan produk itu sendiri. Begitu juga kajian kuantitatif ke atas 125 orang pelajar universiti yang dilakukan oleh Md Hafizur et al. (2020) mendapati bahawa niat membeli barangan halal dalam kalangan pelajar didorong oleh faktor agama, identiti diri dan sijil halal itu sendiri.

Kajian isu-isu pengambilan makanan halal dalam kalangan mualaf pula ialah kajian yang dilakukan oleh Paiz dan Mohd Anuar (2020) yang melihat masyarakat orang Asli sebelum Islam menjadikan binatang eksotik seperti beruk, kera, lotong, tupai, ular, katak dan sebagainya sumber makanan. Beliau merumuskan bahawa selagi mana tidak ada nas yang jelas mengenai pengharamannya, maka ia menjadi asas membolehkan perluasan terhadap haiwan yang boleh dimakan oleh orang Asli lantaran sumber pemakanan hanya terhad kepada hidupan hutan. Kajian yang dilakukan Kamarulzaman dan Nur A'thiroh (2018) yang menyatakan bahawa salah satu cabaran yang dilalui oleh komuniti mualaf ialah aspek menyesuaikan makanan kerana Islam hanya membenarkan menggunakan makanan yang halal dan tidak membenarkan sebagai produk mengandungi unsur-unsur haram. Kajian kualitatif Azarudin et al. (2017) mendapati bahawa mualaf mengetahui pada tahap yang tinggi terhadap asas 'halal' sesesuai produk yakni ia mestilah bebas dari khinzir dan arak, tidak ada percampuran antara halal dan haram; tidak berkongsi ruang penyimpanan dan kaedah penggunaan peralatan.

Berdasarkan sorotan kajian di atas, pengkaji melihat bahawa kajian yang menyentuh tahap pengetahuan, persepsi dan perilaku Mualaf sebagai konsumer baru Muslim adalah perlu bagi mengukur tahap pematuhan mereka dalam mengambil produk pemakanan. Hasil kajian yang diperolehi, pastinya boleh dijadikan sebagai rujukan kepada penyelidik berikutnya dan pihak-pihak yang berkaitan dalam memperbaiki lagi aspek-aspek yang menimbulkan kekhilafan dalam kalangan mualaf di Malaysia.

4. OBJEKTIF KAJIAN

Objektif kajian ini dijalankan adalah sebagaimana berikut:

- i. Melihat tahap pengetahuan dan persepsi mualaf terhadap konsep produk halal

- ii. Menganalisis perilaku mualaf sebagai konsumen Muslim terhadap produk halal

5. METODOLOGI KAJIAN

5.1 *Reka bentuk kajian*

Kajian ini menggunakan reka bentuk kajian kuantitatif melalui edaran borang soal selidik kepada mualaf yang memeluk agama Islam di negeri Terengganu. Reka bentuk kajian dibangunkan bagi melihat tahap pengetahuan, persepsi dan perilaku mualaf terhadap penggunaan produk halal di negeri Terengganu.

5.2 *Sampel dan Persampelan*

Mengambil kira mualaf yang telah berpindah ke serata tempat di negeri Terengganu dan faktor kematian, ini tidak memungkinkan penyelidik mengambil sepenuhnya sampel populasi. Kajian ini menggunakan kaedah persampelan bertujuan (*purposive sampling*) digunakan iaitu merujuk kepada satu kumpulan yang mempunyai ciri-ciri sampel yang dikehendaki oleh penyelidik (Mokhtar 2011). Sampel kaji selidik adalah dari sampel sebanyak (n=110) yang dijustifikasi oleh Cohen Table (1992) untuk ($p < 0.05$). Metod sampel adalah bersifat *Non-Probability of Convenience Sampling* iaitu pengambilan sampel yang didasarkan kepada elemen yang telah ada dan kemudahan untuk mendapatkannya. Sampel ini diambil kerana sampel tersebut yakni mualaf berada pada tempat dan waktu yang tepat ketika menghadiri kelas yang dianjurkan oleh MAIDAM.

5.3 *Kaedah Pengumpulan Data*

Kajian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui edaran borang soal selidik yang telah dilakukan semakan pakar. Pengkaji mengedarkan borang soal selidik kepada responden bagi memperolehi maklumbalas. Soal selidik dibahagikan kepada tiga bahagian, iaitu bahagian A: Maklumat Profil Responden, bahagian B: Tahap Pengetahuan Mualaf Terhadap Konsep Halal, C: Persepsi Terhadap Penyediaan Makanan Halal dan D: Perilaku Mualaf Dalam Mengambil dan Menguruskan Makanan Halal. Ujian kebolehpercayaan juga dilakukan ke atas item-item berkaitan pengetahuan, persepsi dan perilaku konsumerisme mualaf terhadap penggunaan produk halal. Hasil dapatan keputusan *Cronbach's Alpha* menunjukkan bacaan 0.841 (pengetahuan), 0.785 (persepsi) dan 0.765 (perilaku). Justeru, menurut Pallant (2007), semakin hampir *reliability coefficient*

kepada 1.0, dengan demikian kebolehpercayaannya adalah lebih tinggi. Ini bertepatan dengan indeks Rowntree yang menyebut tahap *Cronbach's Alpha* = 0.71 - 0.90 merupakan tahap kebolehpercayaan yang kuat dan merupakan tahap kebolehpercayaan yang tinggi (Ahmad Sunawari 2009).

5.4 Analisis Statistik Deskriptif

Secara keseluruhan, data-data yang diperolehi telah dianalisis secara deskriptif menggunakan SPSS 25. Analisis min, s.p dan ujian-*t* dilakukan ke atas soalan likert lima iaitu (1) sangat tidak bersetuju, (2) tidak bersetuju, (3) Tidak Pasti, (4) Setuju dan (5) Sangat Setuju. Apabila skala ini dibahagikan kepada tiga tahap, angka berikut menjadi indikator interpretasi kepada tahap min pemboleh ubah yang ingin dikaji:

Jadual 2: Skor min dan tahap Interpretasi

Skor Min	Tahap Interpretasi
1.00-2.49	Rendah
2.50-3.49	Sederhana
3.50-5.00	Tinggi

6. HASIL DAPATAN DAN PERBINCANGAN

6.1 Demografi Responden

Responden terdiri daripada 104 orang iaitu 41 lelaki (39.4%) dan 63 perempuan (61.7%). Majoritinya adalah berbangsa Cina iaitu seramai 46 orang, etnik-etnik dari Sarawak seramai 17 orang, Sabah 9, India 6 dan bangsa-bangsa lain seramai 26 orang. Kebanyakan responden merupakan kumpulan yang berumur 41-50 tahun iaitu seramai 69 orang, diikuti kelompok yang berumur 31-40 seramai 19 orang dan kelompok 21-30 tahun hanya 16 orang sahaja. Dari aspek pendidikan, seramai 13 orang mempunyai pendidikan sehingga peringkat diploma, ijazah sarjana muda seramai 4 orang, sarjana 2 orang dan pendidikan yang lain-lain seramai 85 orang. Responden yang bekerja dengan kerajaan pula hanya 2 orang, kakitangan swasta 13 orang, 41 orang bekerja sendiri manakala 48 daripada mereka tidak bekerja. Majoriti daripada responden iaitu seramai 70 orang telah memeluk agama Islam melebihi 11 tahun dan masing-masing seramai 17 orang memeluk Islam dari tempoh 1-5 tahun dan 6-10 tahun. Ini dijelaskan sebagaimana dalam jadual 3.

Jadual 3: Demografi Responden

Bil	Perkara	Bilangan	Peratus	
1	Jantina	Lelaki	41	39.4
		Perempuan	63	60.6
2	Bangsa	Cina	46	44.2
		India	6	5.8
		Sabah	9	8.7
		Sarawak	17	16.3
		Lain-lain	26	25.0
3	Umur	21-30 tahun	16	15.4
		31-40 tahun	19	18.3
		41-50 tahun	69	66.3
4	Tahap Pendidikan	Diploma	13	12.5
		BA	4	3.8
		MA	2	1.9
		Lain-lain	85	81.7
5	Pekerjaan	Kakitangan Kerajaan	2	1.9
		Kakitangan Swasta	13	12.5
		Bekerja sendiri	41	39.4
		Tidak Bekerja	48	46.2
6	Tempoh Memeluk Islam	1-5 tahun	17	16.3
		6-10 tahun	17	16.3
		11 tahun ke atas	70	67.3

6.2 Tahap Pengetahuan Mualaf Terhadap Konsep Halal

Berdasarkan jadual 4 di bawah, responden ditanya tujuh soalan yang menyentuh tahap pengetahuan mereka tentang makanan halal sebagaimana berikut:

Jadual 4: Pengetahuan Mualaf Terhadap Konsep Halal

	Statistik Deskriptif		
	N	Mean	Std. Deviation
Saya tahu konsep pemakanan halal dalam Islam dengan jelas.	104	4.5288	.53891
Saya tahu mengambil makanan halal merupakan satu kepatuhan agama	104	4.7019	.53752
Saya tahu mengambil makanan yang halal adalah wajib.	104	4.6731	.61443
Saya tahu makanan halal adalah bebas daripada unsur yang haram walaupun sedikit	104	4.5288	.77531

Saya tahu penyediaan makanan halal juga mengambil kira aspek pengurusan	104	4.5385	.57324
Saya tahu makanan halal juga perlu bebas unsur yang <i>syubhah</i> (meragukan)	104	4.4808	.65331
Saya tahu bahawa konsep halal termasuk sumber makanan yang diberikan kepada haiwan ternakan (ayam, lembu, kambing)	104	4.3269	.66013

Hasil kajian menunjukkan tahap pengetahuan responden tentang konsep makanan halal dalam Islam adalah tinggi apabila jumlah min yang diperolehi ialah 4.43 dengan s.p (0.54). Bagi juga soalan selanjutnya responden mengetahui bahawa pengambilan makanan yang halal merupakan satu kepatuhan dalam beragama. Jumlah min 4.70 dengan s.p (0.54) menunjukkan tahap pengetahuan mereka berada pada skala yang tinggi. Begitu juga pada soalan 'mengambil makanan yang halal adalah wajib', jumlah min 4.67 dengan s.p (0.61) menunjukkan tahap pengetahuan mereka berada dalam keadaan yang tinggi. Responden juga mengetahui dengan baik soalan yang menyentuh makanan yang halal mestilah bebas daripada unsur yang haram. Ini dibuktikan apabila hasil kajian mendapati jumlah min yang diperolehi 4.53 dengan s.p (0.78). Mereka juga memberi tahap persetujuan yang tinggi bagi soalan 'penyediaan makanan halal juga mengambil kira aspek pengurusan' apabila jumlah min yang diperolehi 4.54 dengan s.p (4.54). Selain itu, responden mengakui bahawa makanan halal mestilah bebas daripada sebarang unsur yang *syubhah* dan meragukan. Perolehan min 4.48 dengan s.p (0.65) menunjukkan tahap pengetahuan mereka berada dalam situasi yang tinggi. Bahkan responden juga mengakui bahawa konsep halal termasuk sumber makanan yang diberikan kepada haiwan ternakan. Hasil dapatan min dengan 4.33 dan s.p (0.66) turut menunjukkan tahap pengetahuan responden adalah tinggi.

Selanjutnya, ujian-*t* dilakukan untuk melihat min, sisihan piawai dan keputusan tahap pengetahuan mualaf tentang konsep halal mengikut jantina. Min bagi mualaf lelaki ialah 4.53 dengan s.p (0.452) lebih rendah daripada min mualaf perempuan 4.54 dengan s.p (0.449) dengan perbezaan hanya 0.01 mata sahaja. Biarpun begitu berdasarkan hasil dapatan *Sig. (2tailed)* 0.902 > 0.05 menunjukkan bahawa tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara min tahap pengetahuan lelaki dan perempuan. Ini dijelaskan sebagaimana jadual 5 di bawah:

Jadual 5: Ujian-t terhadap Pengetahuan Mengikut Jantina

Group Statistics					
	Jantina	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Mean_Pengetahuan	Lelaki	41	4.5331	.45178	.07056
	Perempuan	63	4.5442	.44946	.05663

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				95% Confidence Interval of the Difference		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Mean_Pengetahuan	Equal variances assumed	.556	.458	-.123	102	.902	-.01112	.09037	-.19037	.16813
	Equal variances not assumed			-.123	85.294	.902	-.01112	.09047	-.19099	.16875

Seterusnya, berdasarkan jadual 6 di bawah, keputusan analisis varian (ANOVA) bagi min pengetahuan mengikut bangsa memperlihatkan nilai $F = 1.468$ dan nilai $p = 0.157$, iaitu $p > 0.05$ adalah tidak signifikan. Ini bermakna, faktor bangsa bukanlah faktor yang signifikan yang menentukan tahap pengetahuan muallaf dalam menggunakan produk halal. Selanjutnya keputusan analisis varian (ANOVA) bagi min pengetahuan mengikut bangsa memperlihatkan nilai $F = 0.689$ dan nilai $p = 0.746$, iaitu $p > 0.05$ adalah tidak signifikan. Ini bermakna, hasil dapatan menunjukkan tidak terdapat perbezaan yang signifikan umur muallaf 21-30 tahun, 31-40 tahun dan 41 – 50 tahun dalam mempengaruhi pengetahuan mereka terhadap produk halal. Hasil ujian hipotesis analisis varian (ANOVA) min pengetahuan dalam kalangan berdasarkan tahap pendidikan menunjukkan nilai $F = 1.386$ dan nilai $p = 0.226$, iaitu $p > 0.05$ adalah tidak signifikan. Justeru itu, dapatan menunjukkan tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara diploma, ijazah sarjana muda, sarjana dan lain-lain. Begitu juga hasil dapatan hipotesis analisis varian (ANOVA) min pengetahuan dalam kalangan berdasarkan jenis pekerjaan menunjukkan nilai $F = 1.821$ dan nilai $p = 0.61$, iaitu $p > 0.05$ adalah tidak signifikan. Ini menjelaskan bahawa hasil dapatan menunjukkan terdapat perbezaan yang tidak signifikan antara kakitangan kerajaan, swasta, bekerja sendiri dan kelompok yang tidak bekerja. Selanjutnya, hasil kajian mendapati ujian hipotesis analisis varian (ANOVA) min pengetahuan dalam kalangan berdasarkan tempoh memeluk Islam menunjukkan nilai $F = 1.1212$ dan nilai $p = 0.290$ iaitu $p > 0.05$ juga adalah tidak signifikan. Ini menjelaskan bahawa tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara muallaf yang memeluk agama Islam 1-5 tahun, 6-10 tahun dan 11 tahun ke atas.

Jadual 6: Ujian Demografi *One Way ANOVA* Berdasarkan Tahap Pengetahuan

			<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
Bangsa * Pengetahuan	<i>Between Groups</i>	<i>(Combined)</i>	45.217	11	4.111	1.468	.157
	<i>Within Groups</i>		257.696	92	2.801		
	<i>Total</i>		302.913	103			
Umur * Pengetahuan	<i>Between Groups</i>	<i>(Combined)</i>	4.412	11	.401	.689	.746
	<i>Within Groups</i>		53.578	92	.582		
	<i>Total</i>		57.990	103			
Tahap_pendidikan * Pengetahuan	<i>Between Groups</i>	<i>(Combined)</i>	15.249	11	1.386	1.319	.226
	<i>Within Groups</i>		96.665	92	1.051		
	<i>Total</i>		111.913	103			
Pekerjaan * Pengetahuan	<i>Between Groups</i>	<i>(Combined)</i>	10.684	11	.971	1.821	.061
	<i>Within Groups</i>		49.076	92	.533		
	<i>Total</i>		59.760	103			
Tempoh_masuk_Islam * Pengetahuan	<i>Between Groups</i>	<i>(Combined)</i>	7.594	11	.690	1.212	.290
	<i>Within Groups</i>		52.396	92	.570		
	<i>Total</i>		59.990	103			

Tuntasnya, Islam melihat mengambil makanan halal merupakan hal yang sangat penting bagi setiap Muslim kerana ia mempengaruhi kehidupan seharian dan keperibadiannya. Sebagai konsumer Muslim yang baharu, Mualaf mengetahui dengan baik aspek-aspek yang menentukan produk yang ingin digunakan tersebut bebas daripada unsur haram, kesamaran dan kaedah penyediaan produk tersebut. Bahkan mereka juga mengetahui, biarpun produk tersebut bersumberkan dari haiwan ternakan yang dibolehkan dan telah dilakukan ‘penyembelihan’ menurut syariat Islam. Pengaruh persekitaran dan pembangunan pendidikan Islam yang berterusan yang dilakukan Majlis Agama Islam dan Adat Melayu (MAIDAM) Terengganu menjadi faktor pengukuhan pengetahuan Mualaf tentang pengambilan produk makanan halal (Abdul Halim 2020). Justeru, kajian ini selari dengan kajian yang dilakukan oleh Redzuan dan Mohammad Anuar (2021) yang mendapati pengetahuan konsumer Muslim yang tinggi terhadap konsep halal haram dalam sesuatu produk menyebabkan mereka hanya memilih makanan

yang benar-benar dijamin halal.

6.3 Persepsi Mualaf Terhadap Konsumerisme Makanan Halal

Selanjutnya, responden ditanya enam soalan yang menyentuh persepsi mereka terhadap konsumerisme makanan. Ini dijelaskan sebagaimana dalam jadual 7 di bawah.

Jadual 7: Persepsi Mualaf Terhadap Konsumerisme Makanan Halal

Statistik Deskriptif			
	<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Saya meragui makanan yang disediakan oleh keluarga/komuniti bukan Muslim	104	3.4038	1.07504
Saya merasakan makanan yang disediakan oleh keluarga/komuniti bukan Muslim ketika saya berkunjung ke rumahnya adalah halal	104	3.1635	1.08932
Saya merasakan setiap Muslim mempunyai hak untuk memilih makanan yang halal atau sebaliknya	104	3.5865	1.49829
Saya merasakan makanan yang tidak halal memberi implikasi yang tidak sihat kepada fizikal	104	4.2115	.92088
Saya merasakan makanan yang tidak halal memberi implikasi yang tidak sihat kepada jiwa dan mental	104	4.0481	1.03698
Saya rasa restoran 'pork free' adalah sama dengan restoran halal	104	2.5192	1.15734

Dapatan kajian menunjukkan persepsi responden tentang 'merasa ragu makanan yang disediakan oleh keluarga atau komuniti bukan Muslim' berada tahap yang sederhana apabila min yang diperolehi 3.40 dengan s.p (1.08). Begitu juga soalan yang berikutnya, responden merasakan penyediaan makanan yang dibuat oleh keluarga dan komuniti bukan Muslim ketika berkunjung ke rumahnya berada pada tahap yang sederhana. Ini dijelaskan apabila, jumlah min yang diperolehi hanya 3.16 dengan s.p (1.09) sahaja. Biarpun begitu responden memberi pandangan bahawa hak memilih untuk makanan halal atau sebaliknya merupakan hak individu Muslim tersebut. Jumlah min yang diperolehi 3.59 dan s.p (1.50) menunjukkan darjah persetujuan yang diperolehi adalah tinggi. Majoriti responden bersetuju merasakan bahawa pengambilan makanan yang tidak halal akan memberi implikasi yang tidak sihat kepada fizikal, jiwa dan mental seseorang. Ini

dibuktikan apabila skala min yang diperolehi 4.21 dengan s.p (0.92) dan 4.02 dengan s.p (1.04) menunjukkan ia berada pada tahap yang tinggi. Namun, bagi soalan selanjutnya persepsi responden bahawa restaurant yang 'pork free' adalah sama dengan restaurant halal berada pada tahap yang sederhana apabila jumlah min yang diperolehi 2.51 dengan s.p (1.16).

Seterusnya, ujian-*t* juga dilakukan bagi melihat min persepsi konsumerisme mualaf terhadap makanan halal mengikut jantina. Berdasarkan Jadual 8 di bawah menunjukkan bahawa min bagi mualaf lelaki ialah 3.43 dengan s.p (0.549) lebih rendah daripada min mualaf perempuan 3.53 dengan s.p (0.579) dengan perbezaan hanya 0.03 mata sahaja. Namun berdasarkan hasil dapatan Sig. (2tailed) 0.371 > 0.05 juga menunjukkan bahawa tidak terdapat perbezaan yang signifikan min persepsi yang diperolehi mengikut jantina lelaki dan perempuan.

Jadual 8 : Ujian-*t* Persepsi Mengikut Jantina

Group Statistics									
	Jantina	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean				
Mean_Persepsi	Lelaki	41	3.4268	.54905	.08575				
	Perempuan	63	3.5291	.57854	.07289				

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Mean_Persepsi	Equal variances assumed	.123	.726	-.899	102	.371	-.10227	.11380	-.32800	.12346
	Equal variances not assumed			-.909	88.784	.366	-.10227	.11254	-.32590	.12135

Selanjutnya merujuk kepada jadual 9 di bawah, keputusan analisis varian (ANOVA) bagi min persepsi mengikut bangsa memperlihatkan nilai F = 1.139 dan nilai p = 0.334, iaitu p > 0.05 adalah tidak signifikan. Ini bermakna, faktor bangsa bukanlah faktor yang signifikan yang mempengaruhi persepsi mualaf dalam menggunakan produk halal. Bagi keputusan analisis varian (ANOVA) bagi min persepsi mengikut umur memperlihatkan nilai F = 1.139 dan nilai p = 0.334, iaitu p > 0.05 adalah tidak signifikan. Justeru itu, dapatan menunjukkan tidak terdapat perbezaan yang signifikan umur mualaf 21-30 tahun, 31-40 tahun dan 41 – 50 tahun.. Bagi hasil ujian tahap pendidikan pula, hasil ujian hipotesis analisis varian (ANOVA) min persepsi pula menunjukkan nilai F = 01.542 dan nilai p = 0.103, iaitu p > 0.05 adalah tidak signifikan. Ini bermakna

faktor perbezaan demografi pencapaian akademik tidak signifikan mempengaruhi persepsi mualaf terhadap penggunaan produk halal. Begitu juga hasil dapatan hipotesis analisis varian (ANOVA) min persepsi dalam kalangan berdasarkan jenis pekerjaan menunjukkan nilai $F = 0.517$ dan nilai $p = 0.932$, iaitu $p > 0.05$ adalah juga tidak signifikan. Ini menjelaskan bahawa hasil dapatan menunjukkan tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara kakitangan kerajaan, swasta, bekerja sendiri dan kelompok yang tidak bekerja. Selanjutnya, hasil kajian mendapati ujian hipotesis analisis varian (ANOVA) min persepsi dalam kalangan berdasarkan tempoh memeluk Islam menunjukkan nilai $F = 1.501$ dan nilai $p = 0.118$, iaitu $p > 0.05$ adalah tidak signifikan. Ini menjelaskan bahawa tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara mualaf yang memeluk agama Islam 1-5 tahun, 6-10 tahun dan 11 tahun ke atas.

Jadual 9: Ujian Demografi *One Way ANOVA* Berdasarkan Persepsi

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bangsa * Persepsi	Between Groups	(Combined)	52.463	16	3.279	1.139	.334
	Within Groups		250.451	87	2.879		
	Total		302.913	103			
Umur * Persepsi	Between Groups	(Combined)	7.145	16	.447	.764	.721
	Within Groups		50.846	87	.584		
	Total		57.990	103			
Tahap_pendidikan * Persepsi	Between Groups	(Combined)	24.727	16	1.545	1.542	.103
	Within Groups		87.187	87	1.002		
	Total		111.913	103			
Pekerjaan * Persepsi	Between Groups	(Combined)	5.187	16	.324	.517	.932
	Within Groups		54.572	87	.627		
	Total		59.760	103			
Tempoh_masuk_Islam * Persepsi	Between Groups	(Combined)	12.975	16	.811	1.501	.118
	Within Groups		47.015	87	.540		
	Total		59.990	103			

Salah satu dilema Mualaf dalam menjalinkan dan mengekalkan hubungan dengan keluarga bukan Muslim serta masyarakat asal ialah persoalan makan minum di rumah ahli keluarga bukan Muslim. Sebagai konsumen Muslim yang baharu, mualaf bukan sahaja perlu mengetahui konsep penyediaan makanan

halal dengan baik bahkan mereka perlu juga perlu berhati-hati mengambil makanan tersebut meskipun disediakan oleh keluarga atau rakan bukan Muslim yang terdekat. Justeru dapatan kajian yang menunjukkan skala 'sederhana' menunjukkan bahawa bagi mualaf yang mengetahui penyediaan makanan yang disediakan oleh ahli keluarga bukan Muslim tidak menepati tatacara ajaran Islam, mereka akan mengelakkan untuk mengambil makanan tersebut. Manakala bagi sebahagian mualaf, mereka tidak merasa ragu untuk menggunakan atau mengambil makanan yang disediakan oleh ahli keluarga bukan Muslim kerana mereka meyakini bahan-bahan yang digunakan dan cara penyediaannya bertepatan dengan mengikut garis panduan agama Islam sendiri. Secara umumnya, interaksi yang berlaku antara mualaf dan keluarga bukan Muslim atau masyarakat asal dalam penyediaan dan pengambilan makanan dilihat mengikut kerangka asas syariat Islam dan mengikut berasas had batasan syarak. Kajian ini selari dengan kajian lain yang dilakukan oleh Azarudin et al. (2017) yang menjelaskan bahawa mualaf yang berkunjung ke rumah keluarganya yang non-Muslim khusus ketika menyambut perayaan hanya akan memilih makanan yang benar-benar dijamin halal seperti buah-buahan, kacang, air tin dan sebagainya. Malah terdapat juga mualaf yang pulang ke rumah ibunya yang bukan Islam memasak sendiri makanan dengan peralatan dan bahan-bahannya dibawa dari rumahnya. Selain daripada itu, masih terdapat dalam kalangan mualaf merasakan bahawa restoran yang halal hanya perlu bebas daripada unsur-unsur babi. Ini menunjukkan dalam beberapa aspek, pemahaman mualaf tentang pengambilan makanan masih belum meyakinkan.

6.4 Perilaku Mualaf Mengambil dan Menguruskan Makanan Halal

Bagi soalan yang menyentuh perilaku responden dalam mengambil makanan halal, sebanyak sembilan soalan ditanya kepada mereka. Soalan-soalannya adalah sebagaimana dalam jadual 10:

Jadual 10: Perilaku Mualaf dalam Mengambil dan Menguruskan Makanan Statistik Diskripsi

	<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Saya sangat menitik beratkan tentang halal ketika mendapatkan makanan halal	104	4.3750	.75283
Saya memastikan makanan yang diperolehi perlu memiliki tanda logo HALAL	104	4.3750	.71309
Saya memastikan makanan yang diperolehi memiliki tanda logo HALAL yang diiktiraf oleh JAKIM	104	4.3269	.88616

Saya pernah makan makanan yang disediakan/dimasak oleh komuniti bukan Muslim	104	3.0577	1.15605
Saya pernah makan makanan di kedai makan/restoran bukan Muslim	104	2.5481	1.23760
Saya akan melakukan semakan sekiranya makanan yang diperolehi itu meragukan	104	4.0769	.73329
Saya akan membaca bahan-bahan (ramuan) adalah halal ketika membeli sesuatu produk makanan	104	4.1538	.78542
Saya memastikan bahawa makanan yang saya peroleh bebas daripada arak, haiwan yang tidak disembelih dan unsur-unsur babi	104	4.5096	.62310
Saya memastikan menggunakan produk yang halal pada setiap hari	104	4.1508	.62102
Saya sangat menitik beratkan tentang halal ketika mendapatkan makanan halal	104	4.4808	.73710

Berdasarkan hasil kajian sebagaimana yang ditunjukkan dalam jadual 4 di atas, majoriti responden bersetuju dengan menyatakan bahawa mereka menitik beratkan soal-soal halal ketika mendapatkan makanan tersebut. Skala min 4.38 dengan s.p (0.75) menunjukkan ia berada pada tahap yang tinggi. Perilaku responden memastikan makanan yang diperolehi perlulah mengandungi jenama HALAL berada pada tahap yang tinggi apabila min yang diperolehi juga berjumlah 4.38 dengan s.p (0.71). Sehubungan dengan itu juga, majoriti responden mengakui bahawa mereka akan memastikan makanan yang diperolehi memiliki tanda logo HALAL yang diiktiraf oleh JAKIM. Perolehan min dengan 4.33 dengan s.p (0.89) menunjukkan ia berada pada tahap yang tinggi. Setelah memeluk agama Islam, responden yang mengambil makanan yang disediakan oleh komuniti bukan Muslim adalah sederhana. Ini dibuktikan apabila min yang diperolehi 3.06 dengan s.p (1.16) sahaja. Begitu juga soalan yang selanjutnya, pengakuan responden bahawa mereka makan di restoran bukan Muslim berada pada tahap sederhana apabila nilai min yang diperolehi 2.55 dengan s.p (1.24). Majoriti responden mengakui pada tahap tinggi dalam memastikan makanan yang dirasakan ragu dilakukan penelitian terlebih dahulu. Jumlah min 4.08 dengan s.p (0.73) menunjukkan ia berada pada tahap yang tinggi. Begitu bagi soalan-soalan seterusnya, iaitu 'membaca bahan-bahan (ramuan) adalah halal ketika membeli sesuatu produk makanan', 'memastikan bahawa makanan yang saya peroleh bebas daripada arak, haiwan yang tidak disembelih dan unsur-unsur babi' dan 'memastikan menggunakan produk yang halal pada setiap hari' menunjukkan ia berada pada tahap tinggi apabila masing-masing min yang diperolehi 4.15 dengan s.p (0.79), 4.15 dengan

s.p (0.62) dan 4.48 dengan s.p (0.74).

Seterusnya, ujian-*t* juga dilakukan bagi melihat min perilaku mualaf dalam mengambil dan menguruskan makanan halal mengikut jantina. Hasil dapatan yang diperolehi menunjukkan, min bagi mualaf lelaki ialah 4.00 dengan s.p (0.448) adalah lebih tinggi daripada min mualaf perempuan 3.98 dengan s.p (0.470) dan perbezaan min hanya 0.02 mata sahaja. Namun berdasarkan hasil dapatan Sig. (2tailed) perolehan $0.849 > 0.05$ menunjukkan tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara min perilaku mengikut jantina lelaki dan perempuan. Ini dijelaskan sebagaimana dalam jadual 11 di bawah:

Jadual 11: Ujian-*t* Terhadap Perilaku Mengikut Jantina

Group Statistics					
	Jantina	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Mean_Perilaku	Lelaki	41	4.0000	.44790	.06995
	Perempuan	63	3.9824	.46980	.05919

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Mean_Perilaku	Equal variances assumed	.170	.681	.191	102	.849	.01764	.09257	-.16598	.20125
	Equal variances not assumed			.192	88.511	.848	.01764	.09163	-.16445	.19972

Berdasarkan jadual 12 di bawah pula, keputusan analisis varian (ANOVA) bagi min perilaku mengikut bangsa memperlihatkan nilai $F = 1.188$ dan nilai $p = 0.287$, iaitu $p > 0.05$ adalah tidak signifikan. Ini bermakna, faktor bangsa bukanlah juga faktor yang signifikan yang mempengaruhi perilaku mualaf dalam menggunakan produk halal. Bagi keputusan analisis varian (ANOVA) min perilaku mengikut umur memperlihatkan nilai $F = 0.823$ dan nilai $p = 0.674$, iaitu $p > 0.05$ juga adalah tidak signifikan. Justeru itu, dapatan menunjukkan tidak terdapat perbezaan yang signifikan umur mualaf 21-30 tahun, 31-40 tahun dan 41 – 50 tahun. Bagi hasil ujian tahap pendidikan pula, hasil ujian hipotesis analisis varian (ANOVA) min persepsi pula menunjukkan nilai $F = 1.462$ dan nilai $p = 0.121$, iaitu $p > 0.05$ adalah tidak signifikan. Ini bermakna faktor perbezaan demografi pencapaian akademik tidak signifikan mempengaruhi persepsi mualaf terhadap penggunaan produk halal. Namun hasil dapatan hipotesis analisis varian (ANOVA) min perilaku dalam kalangan berdasarkan jenis pekerjaan menunjukkan nilai $F = 2.325$ dan nilai $p = 0.005$, iaitu $p < 0.05$ adalah signifikan. Ini menjelaskan bahawa hasil dapatan

menunjukkan terdapat perbezaan yang signifikan antara kakitangan kerajaan, swasta, bekerja sendiri dan kelompok yang tidak bekerja terhadap perilaku mualaf dalam memilih produk halal. Selanjutnya, hasil kajian mendapati ujian hipotesis analisis varian (ANOVA) min persepsi dalam kalangan berdasarkan tempoh memeluk Islam menunjukkan nilai $F = 1.332$ dan nilai $p = 0.186$, iaitu $p > 0.05$ adalah tidak signifikan. Ini menjelaskan bahawa tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara mualaf yang memeluk agama Islam 1-5 tahun, 6-10 tahun dan 11 tahun ke atas.

Jadual 12: Ujian Demografi *One Way ANOVA* Berdasarkan Perilaku

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bangsa * Perilaku	<i>Between Groups (Combined)</i>	64.168	19	3.377	1.188	.287
	<i>Within Groups</i>	238.745	84	2.842		
	<i>Total</i>	302.913	103			
Umur * Perilaku	<i>Between Groups (Combined)</i>	9.103	19	.479	.823	.674
	<i>Within Groups</i>	48.888	84	.582		
	<i>Total</i>	57.990	103			
Tahap_pendidikan * Perilaku	<i>Between Groups (Combined)</i>	27.818	19	1.464	1.462	.121
	<i>Within Groups</i>	84.096	84	1.001		
	<i>Total</i>	111.913	103			
Pekerjaan * Perilaku	<i>Between Groups (Combined)</i>	20.594	19	1.084	2.325	.005
	<i>Within Groups</i>	39.165	84	.466		
	<i>Total</i>	59.760	103			
Tempoh_masuk_Islam * Perilaku	<i>Between Groups (Combined)</i>	13.887	19	.731	1.332	.186
	<i>Within Groups</i>	46.104	84	.549		
	<i>Total</i>	59.990	103			

Ternyata, perilaku mualaf sebagai konsumen Muslim yang baharu dalam melakukan pemilihan produk makanan halal dilihat begitu berhati-hati disebabkan oleh pengetahuan mereka tentang nutrisi dan kebaikan yang baik didalam produk tersebut. Mengambil kira permintaan produk halal yang tinggi di Malaysia, sudah tentu mualaf tidak menghadapi masalah untuk mendapat barangan tersebut dengan mudah. Konsumer mualaf amat mementingkan jaminan keselamatan kerana produk barangan yang halal yang memberi persepsi bahawa produk tersebut adalah lebih bersih dan selamat untuk digunakan. Berdasarkan hasil dapatan di atas juga, boleh dikatakan faktor agama dan hubungan sosial dengan masyarakat Muslim disekitar memberi pengaruh besar terhadap konsumerisme produk halal dalam kalangan mualaf. Ini bertepatan dengan kajian yang dilakukan oleh Norhasyimah dan Hairunnizam (2020) yang mendapati kepercayaan dan

keyakinan merupakan aspek penting dalam membeli dan menggunakan produk halal. Berdasarkan hasil dapatan kajian juga, terdapat dua item soalan yang menunjukkan perolehan min yang sederhana. Ini kerana, sebahagian responden mampu berakomodasi dengan keluarga dan masyarakat asal yang bukan Muslim khususnya aspek-aspek yang menyentuh kepercayaan dan makan minum. Dalam kata lain, ahli keluarga bukan Muslim yang baru memahami teras ajaran ahli keluarga yang memeluk Islam akan memastikan makanan yang disediakan itu menepati kehendak ajaran ini. Atas keyakinan ini, sebahagian mualaf merasakan mengambil makanan atau produk di rumah keluarga asal tidak menjadi masalah seandainya aspek-aspek penyediaan itu benar-benar dijamin halal. Hasil dapatan yang sederhana juga mengambil kira wujud hubungan yang bersifat konflik antara mualaf dengan keluarga asal. Hal ini disebabkan oleh beberapa perkara, antaranya mualaf masih menerima tentangan keluarga kerana memeluk Islam, mualaf curiga terhadap peralatan yang digunakan untuk menyediakan makanan dan ahli keluarga bukan Muslim sememangnya merupakan pengguna tetap kepada makanan yang berasaskan non halal. Ini menyebabkan mualaf mengambil keputusan untuk menghindarkan diri untuk makan bersama-sama atau disediakan oleh ahli keluarga dan rakan-rakan yang bukan beragama Islam (Azarudin et al. 2017).

7. KESIMPULAN

Konsumerisme dalam Islam menekankan kepada aspek penggunaan aspek-aspek halal dan *tayyiban* dalam sesuatu produk ke atas setiap penganutnya. Untuk itu, pemakaian garis panduan khusus produk halal dengan memperkenalkan logo halal bagi mengelakkan umat Islam di Malaysia mengambil makanan bertepatan dengan syarak.

Sebagai kelompok yang baru memeluk Islam dan mempunyai pengalaman hidup yang cukup lama dengan keluarga bukan Muslim dengan cukup lama, mualaf perlu memahami konsumerisme Islam dengan lebih rinci dan berhati-hati. Secara keseluruhannya, hasil kajian menunjukkan tahap pengetahuan, persepsi dan perilaku mualaf terhadap penggunaan produk halal adalah tinggi. Dari aspek demografi, tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara jantina, bangsa, umur, tahap pendidikan, dan tempoh memeluk agama Islam. Namun hasil kajian mendapati faktor kategori pekerjaan mempengaruhi mualaf terhadap perilaku mereka terhadap konsumerisme produk halal.

Tahap pengetahuan terhadap konsumerisme Islam yang tinggi dalam kalangan mualaf dikaitkan dengan peranan pusat bimbingan oleh MAIDAM, badan NGO saudara baru dan hubungan dengan masyarakat Muslim di sekitar. Mengambil kira ajaran Islam tidak membenarkan seseorang mualaf

memutuskan hubungan dengan keluarga atau masyarakat asal yang bukan Muslim, hubungan sosial yang berlaku dalam dua komuniti ini memperlihatkan muafaf berhati-hati dalam mengambil dan menyediakan produk makanan halal dengan mengambil kira bahan-bahan, penggunaan peralatan dan sebagainya. Hasil dapatan ini penting kerana ia mampu memberi informasi kepada Majlis Agama dan badan-badan yang berkaitan tentang perlunya bimbingan yang berterusan diberikan kepada muafaf terhadap kepentingan konsumerisme Islam.

8. RUJUKAN

- Al-Ghazali. 2010. *Ihya'Ulum al-Din*. Kairo: Dar al-Ulum alArabiyah.
- Al-'Uyuna Mohd Amin dan Zalina Zakaria. 2021. 'Hallyu' Dan Impaknya Terhadap Pensijilan Halal Makanan Korea Di Malaysia: Suatu Penelitian. *HALĀL REVIEWS*, 1(2), 1-9.
- Asiah Shafie, Mohd Arif Nazri dan Haziyah Hussin. 2019. Makanan Halal Menurut Perspektif Islam dan Kepentingan Pelabelan. *BITARA International Journal of Civilizational Studies and Human Sciences* 2 (3), 70-84.
- Azarudin Awang, Che Zuina Ismail, Wahairi Mahmud. 2017. Isu-Isu Pemakanan Halal: Kajian Kes Dalam Hubungan Komuniti Saudara Baru dan Bukan Muslim Di Negeri Terengganu. *AL-ABQARI: Journal of Islamic Social Sciences and Humanities* 11, 139-153.
- Azarudin bin Awang dan Khadijah Mohd Khambali @ Hambali. 2015. Pengaruh Media Dalam Dialog Kehidupan : Perspektif Pengalaman Saudara Baru. *Jurnal Komunikasi ; Malaysian Journal of Communication*, 31 (2), 47-60
- Azarudin bin Awang dan Khadijah Mohd Khambali @ Hambali. 2014. Dorongan Pemeluk Agama Islam Dalam Kalangan Komuniti Minoriti di Sebuah Negeri Majoriti Melayu. *International Journal of the Malay World and Civilization*, 2 (3), 3-12.
- Azman Ab Rahman, Nurul Shazwani Nordin, Nur Ain Syafiqah Rahmat, Muhammad Faiz Abd Shakor & Mohamad Anwar Zakaria. 2020. *E-Prosiding Diskusi Syariah & Undang-Undang Siri1/2020*. 41-45.
- Eddy Rohayedi dan Maulina. 2020. Konsumerisme Dalam Perspektif Islam. *JURNAL TRANSFORMATIF* 4 (1), 31-48.
- Enizahura Abdul Aziz. 2018. Keperluan Berdialog Dalam Menguruskan Perbezaan Masyarakat. Dalam *Seminar Kebangsaan Isu & Cabaran Dalam Hubungan Majmuk di Malaysia pada 24 September 2018*, IKIM, Kuala Lumpur.
- Gita Putri Cahyani. 2021. Analisis Kehalalan Produk Makanan Dalam Upaya Perlindungan Konsumen Bagiamat Muslim Dalam Perspektif Ekonomi

- Islam. Tesis MA Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.
- Ibn Kathīr, Abi al-Fidā' Ismā'il al-Dimsyiqī. 2000. *Tafsir al-Qurān al-Azīm lil Imāmī al-khālil al-hāfiz Imad al-Dīn Abi al-Fidā' Ismā'il al-Dimsyiqī*. Beyrouth: Dar al Fikr.
- Kamarulzaman Kawi & Nur A'thiroh Masyaa'il Tan Abdullah @ Tan Ai Pao. Isu dan Cabaran Saudara Kita di Jabatan Agama Islam Sarawak. *BITARA International Journal of Civilizational Studies and Human Sciences* 3 (2), 28-43.
- Kamus Dewan Edisi 5*. 2015. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa & Pustaka.
- Md. Hafizur Rahman, Munmun Rahaman, Abdur Rakib Nayeem, Md. Bashir Uddin & Mohammad Abdul Zalil. 2020. Purchase Intention of Halal Food Among the Young University Students in Malaysia. *Globus an International Journal of Management & IT*. 12(1), 6-13.
- Miskahuddin. 2021. Pekerjaan Mulia dalam Perpektif Islam. *Jurnal Ilmiah Al Mu'ashirah* 18 (1), 44-58.
- Mohamad Hafifi Bin Hassim & Nor'adha Bt Ab Hamid. 2019. Tuntutan Mencari Makanan Halal Dan Toyyiban Dalam Islam: Penguatkuasaannya Melalui Undang-Undang Semasa. Dalam *5th Muzakarah Fiqh & International Fiqh Conference (MFIFC 2019), KUIS, 24 September 2019*, 234-243.
- Mohd Hafidzullah Bin Mohammad Jamil. 2019. Niat Untuk Membeli Makanan Halal Dari Kalangan Bukan Islam Di Nilai, Negeri Sembilan. Tesis MA UUM
- Muhammad Yusuf Marlon Bin Abdullah, Syarul Azman Bin Shaharuddin, Sahlawati Binti Abu Bakar, Noor Amani bt Mohamed Hussin, Normazlina bt Ismail, Nursabila bt Ramli, Nurhazyyah bt Nural Anuar & Siti Khaulah Binti Mohd Hamzah. 2018. Tahap Pengetahuan Non-Muslim di Selangor terhadap Islam. *Jurnal Sultan Alauddin Sulaiman Shah* 5 (2), 66-75.
- Norhashimah Kamaruddin dan Hairunnizam Wahid. 2020. Potensi dan Cabaran Pengusaha Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) dalam Pemasaran Produk Makanan Halal semasa Pandemik Covid-19. *Journal of Management & Muamalah* 10 (2), 1-20.

- Nur Ain Sumaiyah Abdullah @ Sumitra A/P Valaitham & Noor Aishah Rosli. 2018. Kemurungan Dalam Kalangan Mualaf Di Pusat Pengajian Perkim Wilayah Persekutuan. *Malaysian Online Journal of Counseling* 5(1), 52-63.
- Qamarul Arifin bin Ali, Muhammad Yusuf Marlon Abdullah. 2019. Isu dan cabaran Mualaf Dalam 4th National Pre-University Seminar 2019. 41-51.
- Redzuan Muhamad & Mohd Anuar Ramli. 2020. Pengaruh Budaya Setempat Dan Pengetahuan Agama Terhadap Pemilihan Makanan Halal: Kajian Di Sekolah Menengah Harian Di Lahad Datu, Sabah. *International Journal of Islamic Studies* 20 (1), 1-19.
- Shyue Chuan Chong, Chin Chai Yeow and Choon Wei Low, Pei Yew Mah Universiti & Diep Thanh Tung. 2022. Non-Muslim Malaysians' purchase intention towards halal products. *Journal of Islamic Marketing*, 13 (8), 1751-1762,
- Tuan Sidek Tuan Muda (2019). Pemakaian Fiqh Al-Syafie Dalam Isu-Isu Makanan Halal di Malaysia: Analisis Dari Perspektif Maqasid Syariah. (Tesis PhD UM)
- Yusof Al-Qaradawi. *Halal Dan Haram Dalam Islam*. Terj. Dr Zulkifli Bin Mohammad Al Bakri. Bandar Baru Bangi, Selangor: Darul Syakir Enterprise

Penafian

Pandangan yang dinyatakan dalam artikel ini adalah pandangan penulis. Jurnal Pengurusan dan Penyelidikan Fatwa tidak akan bertanggungjawab atas apa-apa kerugian, kerosakan atau lain-lain liabiliti yang disebabkan oleh / timbul daripada penggunaan kandungan artikel ini.