

## **Analisis Perilaku Membaca Label Halal dan Pangan Mahasiswa Indonesia: Studi Kasus Mahasiswa FTB UBTH**

### **Analysis of Indonesian Students' Behavior in Reading Halal and Food Labels: A Case Study of FTB UBTH Students**

**Pandu Legawa Ismaya<sup>1a</sup>, Hadi Yusuf Faturachman<sup>1</sup>, Syahla Nur'aqilah<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Teknologi dan Bisnis, Universitas Bakti Tunas Husada

<sup>a</sup>Korespondensi : Pandu Legawa Ismaya, E-mail: pandulegawa@universitas-bth.ac.id

Diterima: 12 – 08 – 2025 , Disetujui: 31 – 10 - 2025

#### **ABSTRACT**

Changes in lifestyle and increased consumption of packaged foods have encouraged consumers, especially students, to understand halal labels and food labels as a reference for choosing products. This study aims to determine the level of knowledge and compliance of students at the Faculty of Technology and Business, Bakti Tunas Husada University, in reading halal labels and food labels. The study used a survey method with a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The sample was determined using the Slovin formula, involving 71 respondents from semesters 2, 4, and 6 through multistage sampling. Descriptive analysis using SPSS included mean, minimum, maximum, and standard deviation values. The results showed that the majority of respondents were female (59.15%), aged 19–21 years (47.89%), and had pocket money >Rp1,000,000 per month (43.66%). The level of knowledge related to halal and food labels was mostly in the good category (43.66%), while compliance with reading labels was dominated by the sufficient category (53.52%). The results of this study are expected to be the basis for educational institutions to strengthen halal and food literacy programs for students. In addition, these findings can be utilized by food industry players to improve the clarity of halal labels and nutritional information on packaging. The government and related parties can also use the results of this study to develop more effective socialization strategies to increase young consumers' awareness of the importance of reading food labels before purchasing products.

**Keywords:** halal label, food label, packaging, compliance, students

#### **ABSTRAK**

Perubahan pola hidup dan meningkatnya konsumsi pangan kemasan mendorong konsumen, khususnya mahasiswa, untuk memahami label halal dan label pangan sebagai acuan memilih produk. Penelitian ini bertujuan mengetahui tingkat pengetahuan dan kepatuhan mahasiswa Fakultas Teknologi dan Bisnis, Universitas Bakti Tunas Husada dalam membaca label halal dan label pangan. Penelitian menggunakan metode survei dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Sampel ditentukan dengan rumus Slovin, melibatkan 71 responden dari semester 2, 4, dan 6 melalui teknik *multistage sampling*. Analisis deskriptif menggunakan SPSS meliputi nilai rata-rata, minimum, maksimum, dan standar deviasi. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (59,15%), berusia 19–21 tahun (47,89%), dan memiliki uang saku >Rp1.000.000 per bulan (43,66%). Tingkat pengetahuan terkait label halal dan pangan terbanyak pada kategori baik (43,66%), sedangkan kepatuhan membaca label didominasi kategori cukup (53,52%). Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi institusi pendidikan untuk memperkuat program literasi halal dan pangan bagi mahasiswa. Selain itu, temuan ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku industri pangan untuk meningkatkan kejelasan label halal dan informasi gizi pada kemasan. Pemerintah dan terkait juga dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk menyusun strategi sosialisasi yang lebih efektif guna meningkatkan kesadaran konsumen muda terhadap pentingnya membaca label pangan sebelum membeli produk

**Kata kunci:** label halal, label pangan, kemasan, kepatuhan, mahasiswa

---

Ismaya, P. L., Faturachman, H. Y., & Nur'aqilah, S. Analisis Perilaku Membaca Label Halal dan Pangan Mahasiswa Indonesia: Studi Kasus Mahasiswa FTB UBTH. Jurnal Ilmiah Pangan Halal, 7(3), 405–415.

<https://doi.org/10.30997/jiph.v7i3.21329>

---

## PENDAHULUAN

Masyarakat modern saat ini memiliki kecenderungan untuk memilih mengonsumsi makanan instan serta produk pangan yang dikemas karena dianggap lebih efisien, gampang dibawa, dan mudah disantap. Ketersediaan produk makanan kemasan di pasaran semakin beragam, sehingga konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan. Masing-masing produk memiliki kelebihan tersendiri, baik dari segi merek, bahan baku yang digunakan, maupun kandungan gizinya. Meskipun peningkatan jumlah produk ini dapat diterima dengan berbagai alasan, kondisi tersebut juga membuat informasi yang diterima konsumen menjadi semakin kompleks. Oleh karena itu, informasi gizi yang tertera pada label kemasan memiliki peran perlu untuk dimengerti dan dicermati sebagai pedoman dalam menentukan pilihan produk (McIlveen & Lesley, 2002).

Kompleksitas informasi ini membuat pemahaman terhadap label pangan dan label halal menjadi sangat penting. Label pangan memuat keterangan terkait produk makanan olahan yang disajikan dalam bentuk gambar, tulisan, gabungan keduanya, atau bentuk lain, yang diletakkan di dalam, ditempel pada, atau menjadi bagian dari kemasan makanan tersebut (COC, 2007). Di Indonesia, pemerintah telah mengeluarkan aturan terkait penggunaan label produk pangan olahan. Informasi yang diberikan melalui label pangan harus benar dan tidak menyebabkan kesalahpahaman bagi konsumen dalam memilih dan mengonsumsi produk tersebut. Label pangan memiliki peran penting dalam kegiatan perdagangan, sehingga penggunaannya perlu disiplin dan diawasi (Inayah *et al.*, 2023).

Label halal merupakan simbol yang menjadi bukti bahwa suatu produk telah memenuhi ketentuan kehalalan sesuai syariat Islam dan diterbitkan oleh lembaga resmi, seperti LPPOM MUI. Label ini menjadi pertimbangan penting bagi konsumen Muslim dalam memilih produk yang aman dikonsumsi (Yuswohady, 2015). Pencantuman label halal tidak hanya menjadi bentuk jaminan kehalalan, tetapi juga transparansi mengenai bahan dan proses produksi. Pencantuman label yang transparan dan sesuai peraturan dapat mendorong praktik perdagangan yang adil serta bertanggung jawab (Syahputra & Hamoraon, 2013). Tidak adanya label halal dapat mendorong konsumen Muslim untuk lebih waspada dalam memutuskan membeli atau mengonsumsi produk tersebut (Wibowo & Mandusari, 2018).

Tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya membaca label pangan dan label halal masih tergolong rendah. Survei yang dilakukan oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) pada tahun 2007, yang memperhatikan kelengkapan label pada produk pangan olahan hanya 6,7% konsumen. Pada tahun 2015, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) melakukan survei, dimana yang memeriksa komposisi makanan hanya 25,3% konsumen, 37,1% sering memeriksanya, 34,5% jarang memeriksa, dan 3,1% tidak pernah memeriksa komposisi pangan. Pada tahun yang sama, BPOM juga melakukan survei terhadap mahasiswa di DKI Jakarta dan menemukan pemahaman yang baik terkait label pangan olahan hanya 33% mahasiswa dan yang tidak memiliki pemahaman yang baik 67% mahasiswa. Memahami serta mematuhi ketentuan yang berlaku dapat memberikan manfaat, salah satunya mendorong seseorang untuk lebih memilih produk makanan kemasan yang layak dan aman dikonsumsi. Membiasakan diri membaca label halal dan label pangan pada kemasan produk dapat menjadi salah satu upaya dalam menjaga serta meningkatkan kesehatan.

Meskipun kajian mengenai perilaku membaca label pangan dan label halal telah dilakukan pada berbagai kelompok konsumen, sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada masyarakat umum, pelajar, atau ibu rumah tangga (Badriyah & Syafei, 2019; Wibowo & Mandusari, 2018; Zahra & Triyanti, 2009). Penelitian yang secara spesifik menyoroti mahasiswa, khususnya mahasiswa bidang pangan, masih terbatas dan umumnya hanya menggali aspek pengetahuan tanpa mengukur kepatuhan aktual dalam membaca label

secara komprehensif (Pane, 2006; Sari et al., 2023). Selain itu, keterbatasan studi terdahulu mencakup minimnya eksplorasi terkait sumber informasi yang memengaruhi perilaku membaca label pada mahasiswa, sehingga belum menggambarkan hubungan antara tingkat pengetahuan, sumber informasi, dan praktik membaca label.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepatuhan mahasiswa Fakultas Teknologi dan Bisnis, Universitas Bakti Tunas Husada dalam membaca label halal dan label pangan pada kemasan produk pangan.

## MATERI DAN METODE

Pengambilan data dilaksanakan pada bulan Juni 2025. Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Teknologi dan Bisnis, Universitas Bakti Tunas Husada, Tasikmalaya. Metode penelitian mencakup penyebaran kuisisioner kepada responden untuk diisi secara mandiri, mengikuti instruksi yang telah diberikan sebelumnya oleh tim pengumpul data. Pengumpulan kuisisioner dilakukan pada hari yang sama guna mengurangi potensi bias dalam proses pengumpulan data.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan jumlah total mahasiswa Fakultas Teknologi dan Bisnis pada semester 2, 4, dan 6, angkatan 2022 hingga 2024 di Universitas Bakti Tunas Husada, dihitung menggunakan rumus SLOVIN (Consuelo, 2007) sebagai berikut:

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

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel dari total mahasiswa

$N$  = total mahasiswa FTB semester 2, 4, dan 6

$e$  = tingkat kesalahan (10%)

Total mahasiswa dari empat Program Studi di lingkungan Fakultas Teknologi dan Bisnis berjumlah 172 orang. Dengan perhitungan rumus SLOVIN, diperoleh jumlah sampel sebesar 63 orang. Namun, penelitian ini melibatkan 71 responden untuk meminimalkan potensi kesalahan dalam pengambilan sampel. Proses penentuan sampel dilakukan secara acak pada setiap angkatan, dengan jumlah sampel disesuaikan dengan proporsi mahasiswa di masing-masing Program Studi. Distribusi sampel menggunakan teknik *multistage sampling*, yang perhitungannya dapat dilakukan dengan rumus berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n \dots \dots (2)$$

Keterangan:

$n_i$  = banyaknya sampel pada tiap subpopulasi

$N_i$  = total keseluruhan subpopulasi

$N$  = jumlah populasi

$n$  = total sampel yang diperoleh

Data dalam penelitian ini diolah dengan *Statistical Package for Social Science* (SPSS) dengan metode analisis deskriptif, meliputi perhitungan rata-rata, nilai minimum, nilai maksimum, dan standar deviasi. Sebelum kuisisioner diberikan kepada responden, seluruh butir pertanyaan telah diuji validitas dan reliabilitasnya untuk menjamin kelayakan instrumen penelitian.

Pengetahuan dan kepatuhan responden terhadap pembacaan label halal dan label pangan diukur menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1–4 (1 = sangat tidak setuju; 2 = tidak setuju; 3 = setuju; dan 4 = sangat setuju). Total skor kemudian diklasifikasikan ke dalam tiga kategori berdasarkan persentase capaian skor, yaitu: baik ( $\geq 76\%$  dari total skor maksimum), cukup (56–75%), dan kurang ( $\leq 55\%$ ). Klasifikasi ini digunakan untuk memberikan interpretasi yang lebih jelas terhadap tingkat pengetahuan dan kepatuhan responden dalam membaca label.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Semester			Jumlah (%)
		2	4	6	
1	<b>Jenis Kelamin</b>				
	Laki-laki	19	8	2	40,85
	Perempuan	31	9	2	59,15
2	<b>Usia</b>				
	< 19 tahun	28			39,44
	19-21 tahun	21	13		47,89
	> 21 tahun	1	4	4	12,68
3	<b>Uang saku</b>				
	< Rp 500.00	11	4		21,13
	Rp. 500.00	18	5	2	35,21
	> Rp. 1.000.000	21	8	2	43,66
4	<b>Jumlah Keluarga</b>				
	Kecil	26	6		45,07
	Sedang	18	8	4	42,25
	Besar	6	3		12,68

(Sumber: Ismaya *et al.*, 2025)

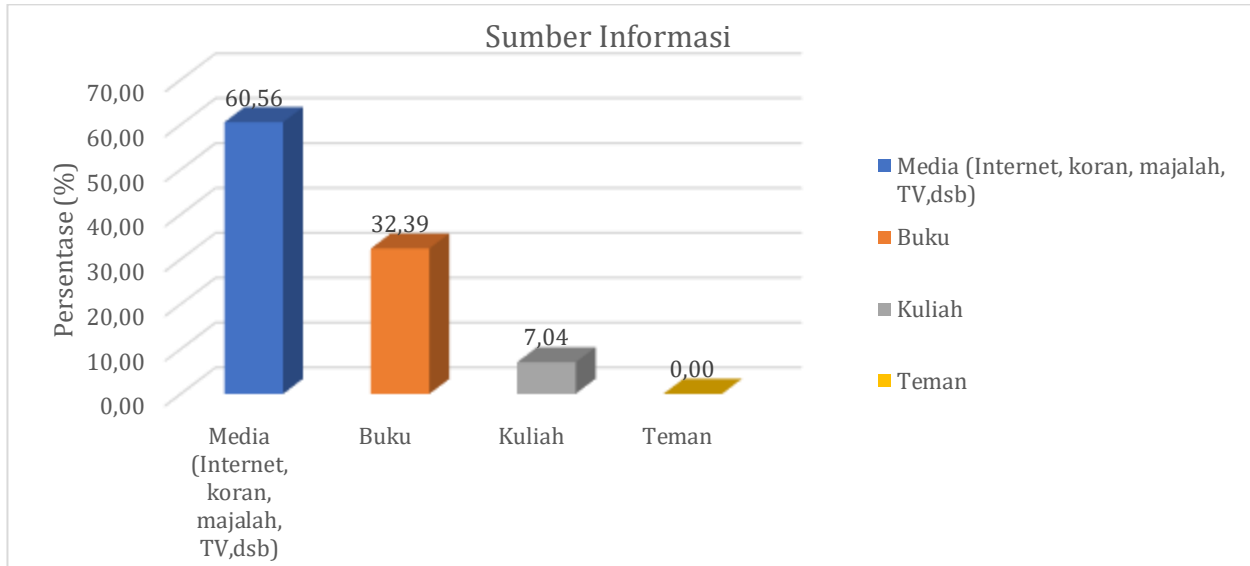
Tabel 1 menampilkan gambaran umum responden yang mencakup jenis kelamin, usia, uang saku, serta jumlah anggota keluarga. Pada penelitian ini, mayoritas berjenis kelamin perempuan (59,15%), sementara laki-laki berjumlah 40,85%. Berdasarkan temuan penelitian sebelumnya, konsumen perempuan memiliki kecenderungan lebih sering memperhatikan informasi nilai gizi pada kemasan produk olahan pangan, termasuk label halal dan label pangan, dibandingkan konsumen laki-laki (Castillo *et al.* 2015).

Berdasarkan karakteristik usia, mayoritas responden berada pada rentang berusia 19–21 tahun dengan persentase 47,89%. Kisaran usia ini termasuk dalam fase dewasa awal, di mana mulai berkembang kesadaran dan kepedulian terhadap label halal maupun label pangan. Pada tahap ini, kesadaran akan tanggung jawab pada diri sendiri maupun orang lain juga mulai terbentuk (Drichoutis *et al.*, 2006). Usia menjadi salah satu aspek yang mempengaruhi level pengetahuan individu (Aini, 2013; Sari *et al.*, 2023), yang berarti bahwa semakin bertambah usia, umumnya tingkat pengetahuan seseorang akan semakin meningkat.

Mayoritas responden memiliki uang saku bulanan > Rp 1.000.000 dengan persentase 43,66%. Besaran uang saku termasuk salah satu faktor yang memengaruhi tingkah laku individu dalam melakukan pembelian makanan seseorang dengan uang saku yang relatif lebih, cenderung memilih makanan yang lebih bervariasi, menarik, serta sesuai selera tanpa mempertimbangkan kandungan gizinya. Sementara itu, Jumlah anggota keluarga responden mayoritas masuk dalam kategori kecil, yakni  $\leq 4$  orang, dengan persentase 45,07%. Menurut penelitian BKKBN tahun 1998, jumlah anggota keluarga diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yaitu keluarga kecil ( $\leq 4$  orang), keluarga menengah (5–7 orang), dan keluarga besar ( $\geq 8$  orang).

### Sumber Informasi

Responden memperoleh pengetahuan mengenai label halal dan label pangan dari berbagai sumber informasi, antara lain media, buku, perkuliahan, interaksi dengan teman, dan sumber lainnya. Distribusi penggunaan sumber informasi tersebut oleh responden dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Sumber informasi label halal dan label pangan

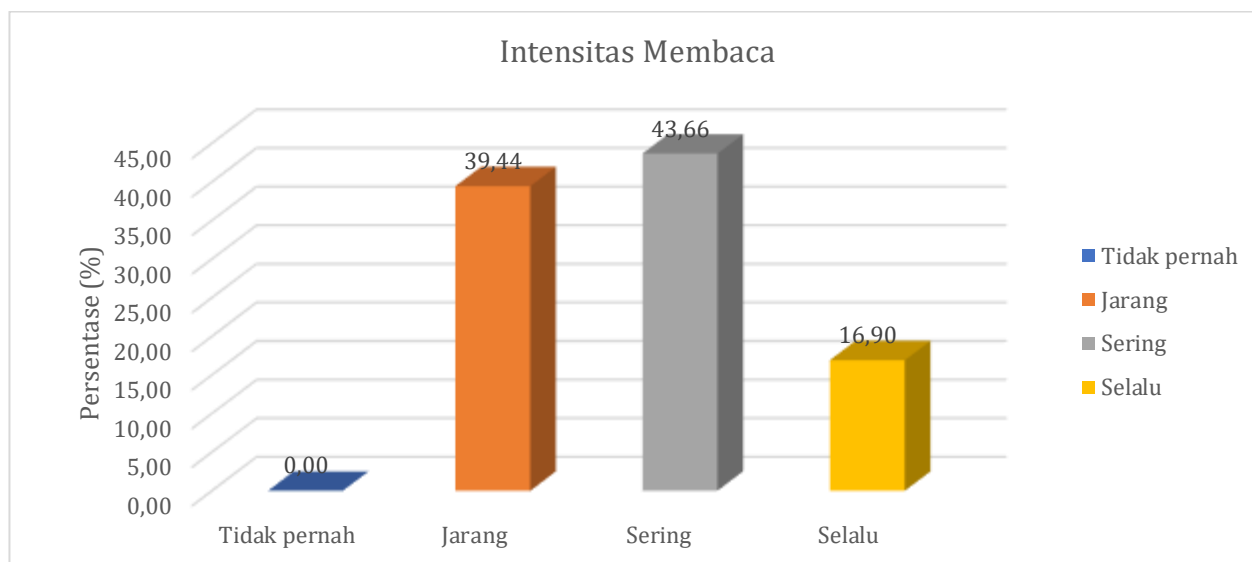
Merujuk data yang ditampilkan pada Gambar 1, sumber asal informasi terbesar yang digunakan responden untuk memperoleh pengetahuan mengenai label halal dan label pangan adalah media (60,56%), diikuti oleh buku (32,39%), kuliah (7,04%), dan tidak ada responden yang memperoleh informasi dari teman (0%). Dominasi media sebagai sumber informasi menunjukkan peran penting teknologi komunikasi, khususnya internet, televisi, majalah, dan media cetak lainnya dalam menyebarkan informasi secara luas dan cepat.

Di era digital, media menjadi sarana yang paling efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas karena jangkauannya yang luas dan akses yang. Informasi yang diterima melalui media dapat membentuk persepsi, meningkatkan pengetahuan, serta memengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk pangan (Wandel, 1997). Selain itu, sumber informasi yang beragam, termasuk buku dan perkuliahan, juga berperan penting dalam memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan terstruktur mengenai pentingnya membaca label pangan dan label halal (Drichoutis *et al.*, 2006).

Minimnya peran teman sebagai sumber informasi (0%) mengindikasikan bahwa komunikasi interpersonal dalam lingkup sosial responden kurang dimanfaatkan untuk berbagi pengetahuan terkait label pangan dan halal. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang memadukan media massa, pendidikan formal, dan interaksi sosial untuk memaksimalkan penyebaran informasi yang benar dan akurat.

### Intensitas Membaca

Merujuk data yang ditampilkan pada Gambar 2, terlihat bahwa sebagian besar responden berada pada kategori “sering” membaca label halal dan label pangan (43,66%), diikuti oleh kategori “jarang” (39,44%) dan “selalu” (16,90). Pembagian intensitas membaca label pangan dan label halal ini meliputi empat kategori utama, yakni tidak pernah, jarang, sering, serta selalu.

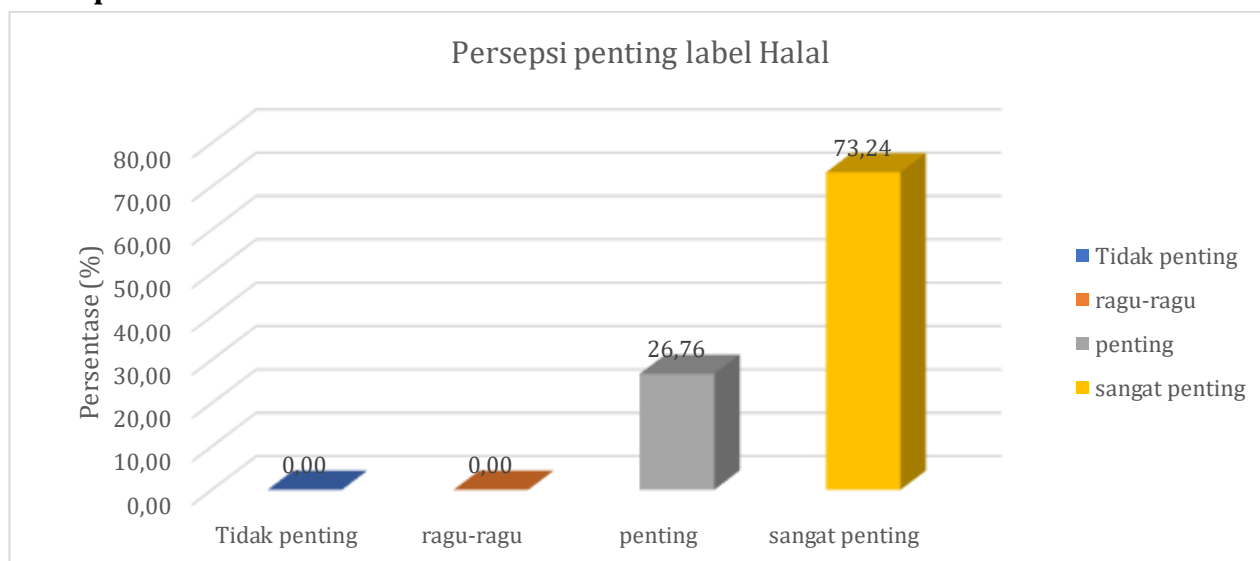


Gambar 2. Intensitas membaca label halal dan label pangan

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas responden memiliki kebiasaan membaca label cukup sering, namun proporsi responden yang jarang membaca label masih tergolong tinggi. Hal ini mengindikasikan adanya gap antara kesadaran akan pentingnya informasi pada label dengan praktik membacanya secara konsisten. Menurut Drichoutis *et al.* (2006), kebiasaan membaca label pangan sangat dipengaruhi oleh faktor pengetahuan, motivasi kesehatan, dan persepsi manfaat informasi tersebut. Konsumen yang memiliki kesadaran gizi yang baik cenderung lebih rutin membaca label sebelum membeli produk (Biloukha & Utermohlen, 2001).

Selain itu, penelitian Zahra & Triyanti (2009) juga mengungkapkan bahwa kepatuhan membaca label gizi dipengaruhi oleh aspek internal seperti kesadaran diri dan pengetahuan, serta aspek eksternal seperti edukasi dari pihak produsen maupun pemerintah. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukasi berkelanjutan melalui media, kampanye publik, dan kegiatan akademik untuk meningkatkan intensitas membaca label halal dan pangan, sehingga konsumen dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dan aman dalam memilih produk.

### Persepsi Label Halal

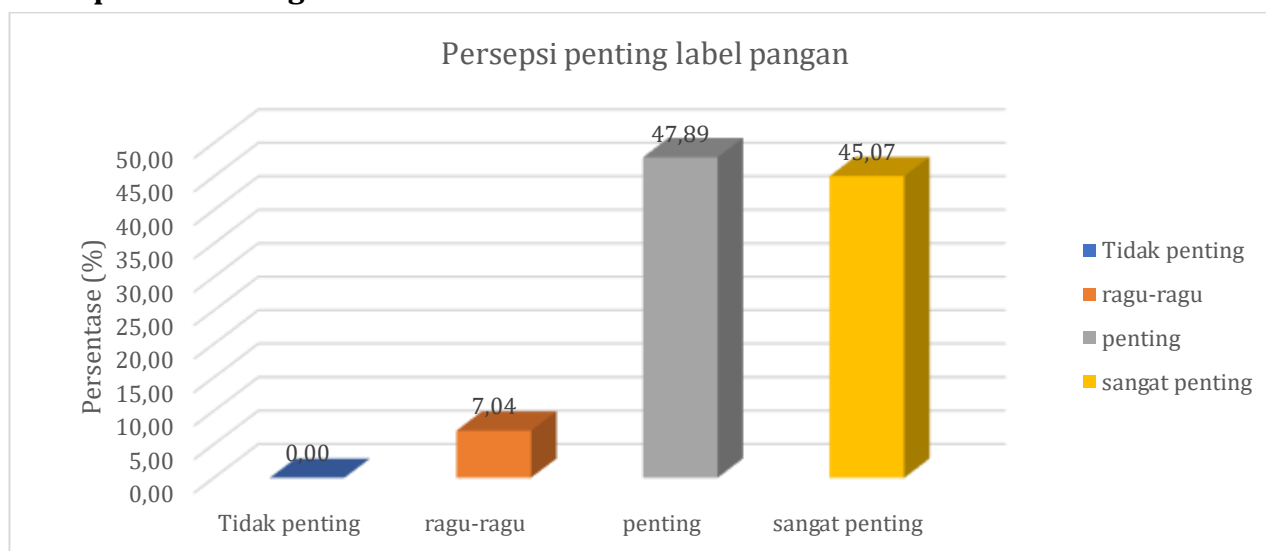


Gambar 3. Seberapa penting label halal

Berdasarkan data pada Gambar 3, terlihat bahwa mayoritas responden (73,24%) menganggap pencantuman label halal dalam konteks produk pangan yang dikemas sebagai aspek yang sangat penting, sementara 26,76% responden menyatakan penting. Tidak terdapat responden yang memilih jawaban ragu-ragu atau tidak penting. Persentase yang tinggi pada kategori “sangat penting” ini menunjukkan tingginya kesadaran dan kepedulian responden terhadap jaminan kehalalan produk yang mereka konsumsi.

Peran label halal tidak terbatas pada informasi mengenai status kehalalan suatu produk, serta memberikan rasa aman beserta kepercayaan terhadap konsumen Muslim bahwasanya produk tersebut berlandaskan syariat Islam (Hamdan *et al.*, 2017). Keberadaan label halal dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya bagi konsumen Muslim yang menjadikan aspek kehalalan sebagai prioritas utama dalam memilih makanan (Syahputra & Hamoraon, 2013). Selain itu, label halal juga berperan sebagai bentuk transparansi produsen terkait bahan baku dan proses produksi, sehingga memperkuat citra positif produk di mata konsumen (Yuswohady, 2015).

**Persepsi Label Pangan**



Gambar 4. Seberapa penting label pangan

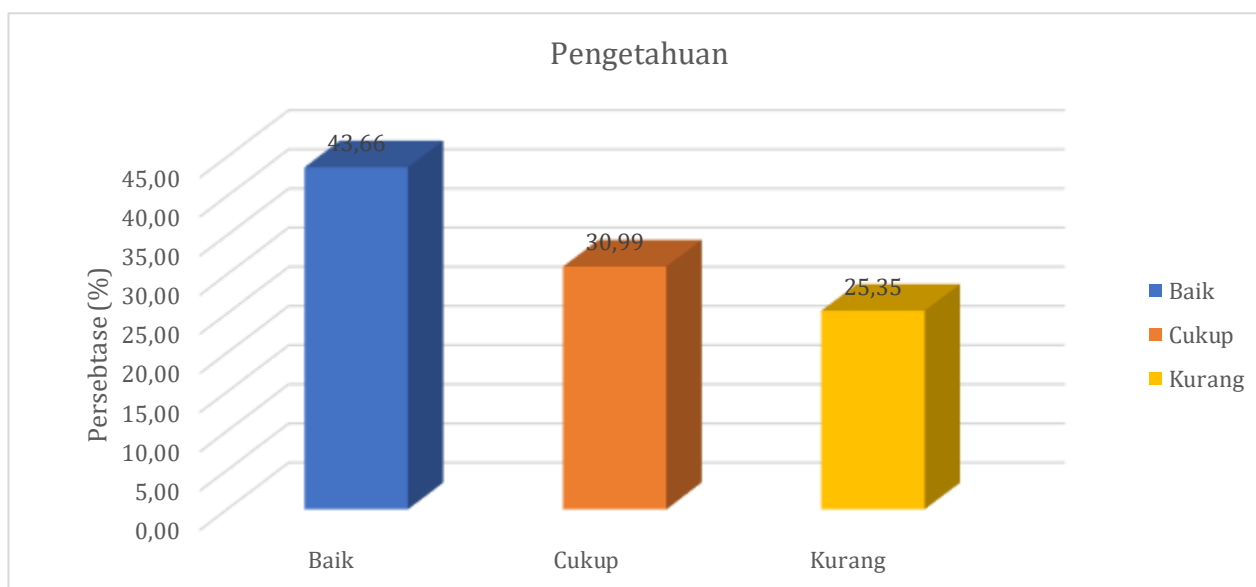
Merujuk data yang ditampilkan pada Gambar 4, sebanyak 47,89% responden menilai pencantuman label pada terkait produk pangan kemasan sebagai unsur yang penting, sedangkan 45,07% menyatakan sangat penting, dan 7,04% memilih ragu-ragu. Keraguan ini timbul karena responden memperoleh informasi mengenai label pangan tidak semata-mata dari produk yang mereka konsumsi, tetapi juga dari orang-orang terdekat seperti saudara, teman, atau kenalan. Perbedaan informasi yang diterima dengan keterangan yang tercantum pada label dapat menurunkan keyakinan mereka terhadap pentingnya label pangan pada produk kemasan. Selain itu, 88,9% responden enggan membeli makanan ketika label yang diinginkan tidak ditemukan, sementara hanya 11,1% yang tetap membeli meskipun label tersebut tidak tersedia (Badriyah & Syafei, 2019).

**Pengetahuan**

Segala informasi yang dimiliki konsumen mengenai beragam produk, baik berupa barang maupun jasa, serta pengetahuan lain yang berkaitan dengannya disebut sebagai pengetahuan konsumen. Informasi tentang label pangan tercantum pada Gambar 5.

Merujuk data yang ditampilkan pada Gambar 5, mayoritas pengetahuan yang dimiliki responden berada pada kategori baik (43,66%), disusul kategori cukup (30,99%) dan kategori

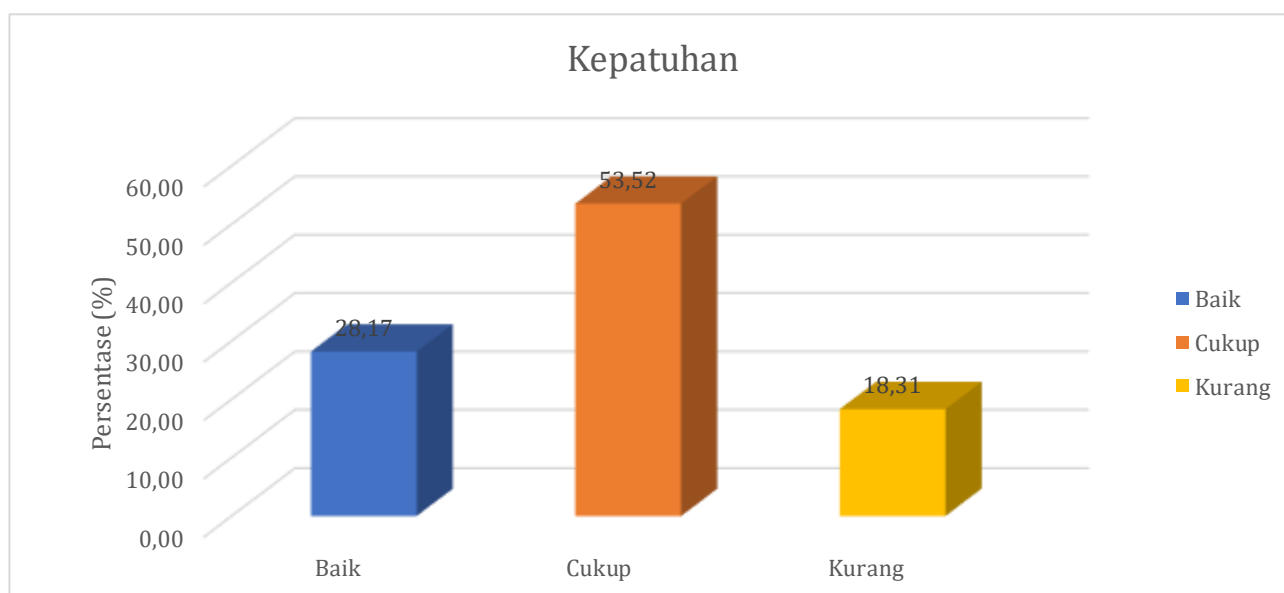
kurang (25,35%). Temuan ini mengindikasikan bahwasanya pengetahuan responden terkait label pangan tergolong cukup baik. Tingkat pengetahuan tersebut berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan dalam membeli produk. Responden yang memiliki pemahaman lebih baik terkait label pangan cenderung lebih mampu membuat keputusan pembelian yang tepat. Namun, hasil ini juga mengindikasikan bahwa tingkat pendidikan yang lebih tinggi belum tentu berbanding lurus dengan tingkat pemahaman yang baik tentang label pangan. Umumnya, proses penentuan keputusan untuk melakukan pembelian atau mengonsumsi suatu produk diawali dengan mengidentifikasi kebutuhan, mencari informasi, dan melakukan evaluasi alternatif (Pane, 2006).



Gambar 5. Pengetahuan label halal dan label pangan

### Kepatuhan

Kepatuhan membaca label pangan mencerminkan kebiasaan responden dalam memperhatikan informasi yang tercantum pada label kemasan pangan. Pengukuran tingkat kepatuhan responden dilakukan melalui pernyataan yang bersifat positif. Data terkait tingkat kepatuhan membaca label pangan dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Kepatuhan membaca label halal dan label pangan

Merujuk pada data pada Gambar 6, tingkat kepatuhan responden tertinggi terdapat pada kategori cukup dengan persentase 53,32%, diikuti kategori baik sebesar 28,17%, dan kategori kurang sebesar 18,31%. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa sejauh ini belum memiliki kebiasaan yang kuat pada saat membaca label pada produk pangan kemasan saat melakukan pembelian.

Sejauh mana kepatuhan membaca label pangan dapat menjadi parameter kebiasaan seseorang dalam memperhatikan informasi pada kemasan makanan. Kepatuhan yang tergolong baik terlihat dari rutinitas membaca berbagai keterangan misalnya nama produk, alamat produsen, daftar komposisi bahan, label halal, dan tanggal kedaluwarsa. Ada keterkaitan positif antara tingkat pengetahuan dan praktik dalam memilih makanan kemasan, di mana bertambahnya tingkat pengetahuan seseorang, makin baik pula pelaksanaan dalam memilih produk pangan kemasan (Devi *et al.*, 2013). Lebih lanjut, kepatuhan membaca informasi gizi pada produk pangan juga tercermin dari kebiasaan memeriksa nilai gizi yang tercantum sebelum melakukan pembelian. Kepatuhan dalam membaca informasi nutrisi dan komposisi bahan terbukti lebih tinggi pada individu dengan pengetahuan gizi yang baik (Zahra & Triyanti, 2009). Memiliki pengetahuan gizi yang memadai akan memudahkan seseorang dalam membaca dan mengartikan label kemasan secara optimal (Drichoutis *et al.*, 2006).

### KESIMPULAN

Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku mahasiswa dalam membaca label halal dan label pangan dipengaruhi oleh pengetahuan, kepatuhan, serta sumber informasi yang diterima, yang secara keseluruhan mencerminkan tingkat kesadaran yang mulai berkembang namun belum sepenuhnya optimal.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden merupakan perempuan (59,15%) dengan rentang usia 19–21 tahun (47,89%), memiliki uang saku per bulan >Rp1.000.000 (43,66%), dan berasal dari keluarga kecil ≤4 orang (45,07%). Pengetahuan responden tentang label pangan tergolong baik (43,66%), namun tingkat kepatuhan membaca label halal dan label pangan masih didominasi kategori “cukup” (53,52%), diikuti “baik” (28,17%), dan “kurang” (18,31%). Media menjadi sumber utama informasi label halal dan pangan (60,56%). Intensitas membaca label menunjukkan sebagian besar responden sering membaca (43,66%), namun masih ada yang jarang atau selalu. Sikap terhadap pentingnya label halal dan label pangan cenderung positif, meskipun sebagian responden masih ragu. Hal ini menunjukkan bahwa meski pengetahuan relatif baik, kebiasaan dan kepatuhan membaca label masih perlu ditingkatkan melalui edukasi berkelanjutan agar konsumen, khususnya mahasiswa, mampu membuat keputusan pembelian pangan yang lebih bijak dan sesuai standar keamanan serta kehalalan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S.N. (2013). Faktor risiko yang berhubungan dengan kejadian gizi lebih pada remaja perkotaan. *Unnes Journal of Public Health*. 2(1).
- Badan Kajian Perlindungan Konsumen Nasional. (2007). Hasil kajian badan perlindungan konsumen nasional di bidang pangan terkait perlindungan konsumen. Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional. (1998). Gerakan keluarga berencana dan keluarga sejahtera. Jakarta
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2015). Keamanan pangan tanggung jawab Bersama. Jakarta

- Badriyah, L., & Syafei, A. (2019). Persepsi dan perilaku membaca label pangan dan informasi gizi pada siswa SMK Wijaya Kusuma. *Jurnal ilmu kesehatan Masyarakat*. 8(4): 167-174.
- Biloukha, O., & Uthermholen, V. (2001). Healthy eating in ukraina: attitude, barries dan information sources. *Public Health Nutrition*. (4)2, 207-215.
- Castillo, L.P., Bordonada M.A.R., & Geromini, M. (2015). Information search behaviour, understanding and use of nutrition labelingby residents of Madrid, Spain. *Journal Public Health*. (129)3, 26-36.
- Codex Alimentarius Commisions. (2007). Food labelling 5<sup>th</sup> ed, Food and Agriculture Organization (FAO) of The United Nations and The World Health Organization (WHO), Rome.
- Consuelo S.G. (2007). Research methods. Quenzon city; Rex printing company.
- Devi, V.C., Sartono, A., & Isworo J.T. (2013). Praktek pemilihan makanan kemasan berdasarkan tingkat pengetahuan tentang label produk makanan kemasan, jenis kelamin, dan usia konsumen di pasar swalayan ADA Setiabudi Semarang. *Jurnal gizi Universitas Muhammadiyah Semarang*. 2(2).
- Drichoutis, A. C., Lazaridis, P., & Nayga, R. (2006). Consumers' use of nutrition label: A review of research studies and issues. *Academic of Marketing Science Review*, (10)9.
- Fitri, Z. E., & Jumiono, A. (2021). Sertifikasi Halal Produk Olahan Pangan. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 3(2), 1-7.
- Ginantaka, A., & Masrurroh, E. R. S. (2025). Electronic Word-of Mouth (E-WOM) Sentiment Analysis on Halal Certified Food Products. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 7(2), 290-302.
- Hamdan, H., Rahman N.A., & Rosli, A. (2017). The importance of halal label among muslim consumers in Malaysia. *International Journal of Bussines and Management*, 12(4); 45-54.
- Inayah, A.N., Amruddin, A., Cahyani D. A., Widiyanto, R., Faturrohman, H.Y., Xyzquolana, D., Maerani, Ismaya, P.L., Aprianti, G.E., Gunawan, M.I.F., Zainuddin, A., Anggraeni, N., Setiavani, G., & Edward. (2023). *Prinsip pelabelan halal untuk produksi hasil*. Yayasan kita menulis. Medan
- Jumiono, A., Fitri, Z. E., & Mardiah, M. (2023). Kajian Sertifikasi Halal Gratis (Sehati) Dengan Skema Self Declare Pada UMKM Dapur Mimi. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 5(1), 6-15.
- Mcllveen, H., & Lesley, S. (2002). Seeing is believing; current consumer use and understanding of food labels. *Nutrition and Food Science*, 32(2): 80-84.
- Pane, P.S. (2006). *Analisis tingkat kepatuhan membaca label pangan pada mahasiswa gizi Institut Pertanian Bogor*. Institut Pertanian Bogor.
- Syahputra, A., & Hamoraon, H.D. (2013). Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan masyarakat kecamatan Perbaungan dalam pembelian produk makanan dalam kemasan. *Jurnal ekonomi dan keuangan*. 2(8): 475-487.
- Sari, R.M., Kisnawaty, S.W., Nurokhmah, S., Kurnia, P., & Mustikaningrum, F. (2023). Hubungan antara pengetahuan mengenai label informasi nilai gizi dengan pembelian makanan instan dan snack tinggi kalori pada mahasiswa program studi teknik kimia Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Nutririe Diaita*. 15(2): 46-53.
- Wandel, M. (1997). Food Labeling from a consumer perspective. *British Food Journal*. 212-219.
- Wibowo, D.E., & Mandusari, B.D. (2018). Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian oleh konsumen muslim terhadap makanan di kota pekalongan. *Indonesian Journal of Halal*. 73-77.

Yuswohady. (2015). *Marketing to middle class muslim*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Zahra, S., & Triyanti. (2009). Kepatuhan membaca label informasi zat gizi di kalangan mahasiswa. *National Health Journal*. 4 (2).