

Gambaran Pengetahuan Pembeli dalam Memilih Bahan Pangan Hewani Halal di Pasar Nglano Karanganyar

Description of Buyer Knowledge in Choosing Halal Animal Food Ingredients at Nglano Market Karanganyar

Rhisma Nasita Sianti¹, Aan Sofyan^{1a}

¹Universitas Muhammadiyah Surakarta, Fakultas Ilmu Kesehatan; Jl. A. Yani, Pabelan, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo – 57169.

^aKorespondensi: Aan Sofyan, E-mail: aa122@ums.ac.id

Diterima: 24 – 02 – 2022, Disetujui: 30 – 04 – 2023

ABSTRACT

The halal status of animal food is a major consideration for Muslim consumers. This follows the demands of Islamic law, which requires Muslims to consume halal food. The selection of animal food ingredients with halal status is closely related to the knowledge and awareness of consumers. This study aims to describe buyers' knowledge in choosing halal animal foods in the Nglano Karanganyar market. This research uses an observational method with a cross-sectional study design with 82 respondents. Respondents' knowledge data was obtained by giving questionnaires to buyers of halal animal foods at Nglano Market Karanganyar. Data analysis used the SPSS 20.0 program with univariate analysis to describe the knowledge of buyers in choosing halal animal food ingredients. The results showed that 85.3% of buyers have good knowledge in choosing animal food ingredients, while buyers who have sufficient knowledge have 14.6%. The study concludes that most of the buyers or respondents have good knowledge of choosing halal animal food ingredients.

Keywords: animal food ingredients, halal, buyers, knowledge.

ABSTRAK

Status kehalalan pangan hewani merupakan pertimbangan utama bagi konsumen muslim dalam memilih makanan. Hal ini sesuai dengan tuntutan hukum agama Islam yang mewajibkan umat muslim untuk mengkonsumsi makanan halal. Pemilihan bahan pangan hewani dengan status halal sangat erat kaitanya dengan pengetahuan dan kesadaran para konsumen. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui gambaran pengetahuan pembeli dalam memilih bahan pangan hewani halal di pasar Nglano Karanganyar. Metode penelitian ini menggunakan metode observasional dengan rancangan studi cross sectional dengan jumlah responden 82 orang. Data pengetahuan responden didapatkan dengan memberikan kuesioner kepada para pembeli bahan pangan hewani halal di Pasar Nglano Karanganyar. Analisis data menggunakan program SPSS 20.0 dengan analisis univariat untuk mengetahui gambaran pengetahuan pembeli dalam memilih bahan pangan hewani halal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 85,3% pembeli memiliki pengetahuan yang baik dalam memilih bahan pangan hewani, sedangkan pembeli yang memiliki pengetahuan cukup sebesar 14,6%. Kesimpulan penelitian yaitu sebagian besar pengetahuan pembeli atau responden memiliki kategori pengetahuan yang baik dalam memilih bahan pangan hewani halal.

Kata kunci: bahan pangan hewani, halal, pembeli, pengetahuan.

PENDAHULUAN

Pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang harus dipenuhi untuk mendukung dalam mempertahankan hidup (Widjojo, 2016). Bahan pangan hewani dapat bersumber dari sektor peternakan yang berupa daging ayam, daging sapi dan telur. Menurut data Badan Pusat Statistik (2017) total konsumsi daging ayam di Indonesia 12,13 kg/kap/th, daging sapi 2,56 kg/kap/th, dan telur ayam 17,69 kg/kap/th. Menurut Rusdiana & Maesya (2017), kontribusi daging ayam dalam memenuhi kebutuhan protein hewani menempati posisi pertama yang disusul dengan kontribusi daging sapi. Menurut Rusono (2020), di masa depan diprediksi kebutuhan daging sapi akan mengalami peningkatan seiring terjadinya peningkatan jumlah penduduk dan peningkatan pendapatan riil masyarakat per kapita/tahun.

Pemilihan menu makanan sangat berkaitan erat dengan agama maupun kepercayaan seseorang. Salah satu agama yang mengatur tentang pemilihan makanan yaitu agama Islam. Data sensus penduduk tahun 2010 menunjukkan bahwa jumlah penduduk Indonesia pemeluk agama Islam mencapai 81,5% dari 240.271.522 total penduduk Indonesia (BPS, 2011). Oleh karena itu kebutuhan pangan hewani yang memenuhi persyaratan halal sangat perlu diperhatikan. Islam mengajarkan umatnya untuk mengkonsumsi makanan yang halal, yaitu bahwa pangan yang tidak mengandung unsur bahan pangan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam (Keputusan Menteri Agama, 2001).

Menurut Rosyidi (2018), masalah utama pangan hewani yang Aman, Sehat, Utuh dan Halal (ASUH) di Indonesia yaitu masih rendahnya pengetahuan dan kepedulian konsumen terhadap keamanan dan kehalalan pangan hewani. Pengetahuan adalah informasi yang disimpan oleh konsumen dalam ingatan sebagai faktor penentu utama dari perilaku konsumen (Sunyoto *et al.*, 2015). Menurut Vristiyana (2019), dilihat dari perspektif pengetahuan produk halal, tingkat kepekaan dan kepedulian konsumen di Indonesia terhadap kehalalan produk yang ada masih kurang. Masyarakat Indonesia harus meniru masyarakat Malaysia yang memiliki tingkat kesadaran dan kepedulian yang tinggi terhadap produk makanan halal, hal ini karena masyarakat Malaysia giat dan aktif dalam pencarian informasi mengenai produk makanan halal dan saling bertukar informasi (Yusoff & Adzharuddin, 2017).

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu bagaimana gambaran pengetahuan para pembeli dalam memilih bahan pangan hewani halal di pasar Nglano. Pasar tersebut merupakan salah satu pasar tradisional yang besar di wilayah Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Pasar Nglano menjajakan aneka jenis kebutuhan masyarakat termasuk kebutuhan pangan hewani. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui gambaran pengetahuan pembeli dalam memilih bahan pangan hewani halal di pasar Nglano Karanganyar.

MATERI DAN METODE

Rancangan penelitian yang digunakan adalah observasional, dengan pendekatan *crosssectional*. Penelitian dilakukan di Pasar Nglano Karanganyar selama bulan Agustus sampai bulan September 2021. Responden penelitian adalah pembeli bahan pangan hewani halal di Pasar Nglano Karanganyar dengan teknik *consecutive sampling* dalam pengambilan sampel. Teknik *consecutive* merupakan teknik penelitian masyarakat dengan mengambil responden dari sekian responden yang terpilih dengan kriteria tertentu. Sampling digunakan untuk menentukan sampel penelitian yang didapatkan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi sebanyak 82 orang pembeli. Pada penelitian ini jumlah populasi yaitu 450 orang atau pembeli pasar di pasar Nglano setiap hari.

Kriteria inklusi pada penelitian ini adalah pembeli yang sedang membeli bahan pangan hewani khususnya daging ayam dan daging sapi di Pasar Nglano Karanganyar dan bersedia menjadi responden, sedangkan kriteria eksklusi penelitian ini adalah responden yang mengundurkan diri. Variabel pengetahuan diperoleh dari kuesioner pengetahuan tentang bahan pangan hewani halal. Analisis data menggunakan program SPSS 20.0 dengan analisis univariat untuk mengetahui gambaran pengetahuan pembeli dalam memilih bahan pangan hewani halal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data hasil penelitian gambaran pengetahuan pembeli dalam memilih bahan pangan hewani halal di pasar Nglano meliputi beberapa aspek yaitu distribusi karakteristik responden, distribusi pengetahuan responden berdasarkan usia, jenis kelamin, agama, pendidikan, dan pekerjaan.

Distribusi Karakteristik Responden

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa distribusi usia responden yang dijadikan objek penelitian ini yaitu berusia 41-50 tahun sebanyak 27 orang (32,9%) sedangkan responden dengan usia > 60 tahun sebanyak 2 orang (2,4%) dari total jumlah responden 82 orang. Menurut Badan Pusat Statistika (2018) rentang usia 15 – 64 tahun merupakan usia produktif. Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa hampir semua responden merupakan masyarakat dalam kategori umur dewasa dan usia produktif, salah satu kegiatan produktif yang dilakukan yaitu kegiatan belanja untuk keperluan rumah tangga maupun keperluan pekerjaan.

Tabel 1 Karakteristik Responden Penelitian

Variabel	Frekuensi	Persentase (%)	Variabel	Frekuensi	Persentase (%)
Usia			Agama		
21-30 tahun	18	22	Islam	80	97,6
31-40 tahun	18	22	Kristen	2	2,4
41-50 tahun	27	32,9	Pendidikan		
51-60 tahun	17	20,7	Tidak Sekolah	2	2,4
>60 tahun	2	2,4	SD	9	11
Jenis Kelamin			SMP	8	9,8
Perempuan	67	81,7	SMA/SMK	37	45,1
Laki-laki	15	18,3	DIPLOMA	15	18,3
Pekerjaan			SARJANA	11	13,4
IRT	15	18,3			
Pedagang	32	39			
Karyawan Swasta	27	32,9			
Mahasiswa	2	2,4			
Petani	1	1,2			
PNS	2	2,4			
Guru	3	3,7			

Distribusi karakteristik responden pada Tabel 1 juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 67 orang (81,7%), sedangkan sisanya berjenis kelamin laki-laki yaitu 15 orang (18,3%). Menurut Fujiati (2017), pasar

tradisional identik dengan perempuan, karena hampir seluruh pasar tradisional, khususnya di Indonesia didominasi oleh kaum perempuan baik sebagai pedagang maupun pembeli. Lebih lanjut Fujiati (2017) menjelaskan bahwa sebanyak 85% pedagang di pasar tradisional adalah perempuan dan sebanyak 90% pembeli di pasar tradisional juga berjenis kelamin perempuan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pekerjaan responden paling banyak adalah sebagai pedagang yaitu 32 orang (39%) dan yang paling sedikit yaitu petani 1 orang (1,2%) dengan jumlah total responden 82 orang. Pekerjaan dapat menjadi faktor yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian, pada data yang didapatkan macam-macam jenis pedagang yang ditemukan cukup bervariasi dari pedagang ayam keliling, pedagang mie ayam, pedagang ayam goreng/bakar dan masih banyak jenis pedagang lainnya. Sehingga tiap pedagang daging di Pasar Nglano sudah memiliki pembeli tetap yang rata-rata adalah berprofesi sebagai pedagang.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini sebagian besar beragama Islam yaitu 80 orang (97,6%) dan lainnya adalah beragama Kristen dengan jumlah responden 2 orang (2,4%). Menurut data yang diperoleh dari hasil penelitian diketahui bahwa agama responden didominasi agama Islam yang hampir seluruhnya pemeluk agama Islam, tetapi juga terdapat responden yang beragama non-muslim yaitu Kristen. Data BPS mengatakan jumlah penduduk Kecamatan Tasikmadu mayoritas agama Islam yaitu 93,43% dari total penduduk dan sisanya beragama non-Muslim (BPS, 2020).

Dari aspek pendidikan hasil penelitian menunjukkan bahwa kebanyakan responden memiliki tingkat pendidikan SMA/SMK yaitu sebanyak 37 orang (45,1%) dan yang paling sedikit yaitu tidak mengenyam pendidikan sekolah terdapat 2 orang (2,4) dari jumlah total responden sebanyak 82 orang. Data penelitian menunjukkan bahwa pendidikan terakhir responden paling banyak adalah SMA/SMK, yang terbanyak selanjutnya adalah Diploma dan Sarjana. Pengetahuan memiliki hubungan sangat erat dengan pendidikan dimana diharapkan seseorang yang memiliki pendidikan tinggi, maka seseorang tersebut akan semakin luas pula pengetahuannya.

Distribusi Pengetahuan Responden

Hasil penelitian terhadap distribusi responden pembeli bahan pangan hewani di pasar Nglano terkait dengan aspek pengetahuan responden dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Distribusi Pengetahuan Responden

Pengetahuan	Frekuensi	Persentase %
Baik	70	85,4
Cukup	12	14,6
Total	82	100

Tabel 2 menunjukkan bahwa dari 82 responden sebagian besar memiliki pengetahuan yang baik yaitu sebanyak 70 orang (85,4%), dan yang memiliki pengetahuan cukup yaitu 12 orang (14,6%). Kuesioner penelitian berisi pernyataan yang diajukan untuk mengetahui pengetahuan pembeli berupa pernyataan yang bertemakan pengetahuan dasar yang harus diperhatikan atau yang harus diketahui dalam memilih bahan pangan hewani halal. Menurut Rosidi *et al.*, (2015) pengetahuan masyarakat tentang bahan pangan hewani halal harus ditingkatkan agar tidak ada masyarakat yang keliru dalam memilih bahan pangan halal. Sahardi (2004) menjelaskan bahwa para pedagang juga perlu ditingkatkan pengetahuannya terkait dengan bahan pangan halal karena hal ini dapat membantu upaya pemerintah dalam memberikan perlindungan berupa jaminan kepada konsumen serta melindungi konsumen dari bahaya yang dapat mengganggu kesehatan dan kecurigaan terhadap kehalalan bahan pangan hewani. Menurut Budiman & Riyanto (2013) pengetahuan seseorang dapat berbeda-

beda karena hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu pendidikan, informasi, sosial, budaya dan ekonomi, lingkungan, pengalaman dan usia.

Tabel 3 Frekuensi Responden yang Menjawab Benar pada Kuesioner Pengetahuan

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban benar	
		f	%
1.	Halal merupakan syarat utama bagi konsumen muslim dalam mengkonsumsi produk pangan	80	97,6
2.	Pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan haram yang dilarang untuk dikonsumsi umat islam dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat islam	81	98,8
3.	Saren (darah padat) adalah jenis bahan pangan dari hewan yang dapat digunakan atau dikonsumsi sebagai bahan pangan hewani	63	76,8
4.	Daging Babi merupakan bahan pangan hewani yang haram	82	100
5.	Bangkai merupakan hewan yang mati karena tercekik, terjatuh atau tertindih atau mati karena tidak disembelih sesuai syariat islam	76	92,7
6.	Bangkai dapat dikonsumsi dengan cara disembelih secara syariat islam	68	82,9
7.	Daging ayam yang telah membiru boleh dikonsumsi	72	87,8
8.	Daging yang berasal dari sapi yang mati karena di terkam binatang buas dapat dikonsumsi menjadi bahan pangan halal	73	89
9.	Syarat penyembelih (jagal) hewan halal yaitu harus beragama islam	67	81,7
10.	Persyaratan hewan yang halal disembelih untuk dikonsumsi harus dalam keadaan sehat	74	90,2
11.	Daging babi yang di sembelih menggunakan syariat islam merupakan bahan pangan yang halal	69	84,1
12.	Daging babi dan daging anjing dapat diperjualbelikan bebas seperti daging sapi dan daging ayam	66	80,5
13.	Pedagang daging non halal harus mencantumkan tulisan non halal sebagai bentuk informasi untuk pembeli	82	100
14.	Daging sapi yang bersentuhan dengan daging babi atau menggunakan peralatan yang sama dapat mengakibatkan daging sapi menjadi haram	57	69,5

Pada Tabel 3 menunjukkan bahwa pengetahuan pembeli diukur menggunakan instrument penelitian yaitu dalam bentuk kuesioner dengan 14 butir pernyataan dengan pilihan jawaban benar atau tidak, jika responden menjawab pernyataan dengan benar maka akan mendapatkan nilai 1 dan jika responden menjawab pernyataan dengan tidak tepat atau salah maka mendapatkan nilai 0. Pernyataan yang diajukan berupa pernyataan yang bertemakan pengetahuan dasar yang harus diperhatikan atau yang harus diketahui dalam memilih bahan pangan hewani halal oleh para responden.

Tabel 3 menunjukkan bahwa pernyataan yang paling banyak dijawab benar oleh responden adalah pernyataan nomor 4 yaitu pernyataan mengenai keharaman daging babi. Selain itu pernyataan nomor 13 mengenai logo non halal pada produk pangan non halal dijawab benar oleh para responden. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden sebanyak 82 orang sudah memhami bahwa daging babi merupakan bahan haram dan jika ada pedagang daging non halal harus mencantumkan tulisan sebagai bentuk informasi kepada pembeli.

Pada butir pernyataan nomor 14 dalam Tabel 3 mengenai “daging sapi yang bersentuhan dengan daging babi atau menggunakan peralatan yang sama dapat mengakibatkan daging sapi menjadi haram” diketahui bahwa hanya 57 responden dari 82 responden yang menjawab

pernyataan tersebut dengan benar. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 25 responden tidak mengetahui bahwa apabila daging sapi atau daging halal lainnya bersentuhan dengan daging babi dapat membuat daging tersebut menjadi haram (Fatwa MUI, 2009). Menurut Budiman & Riyanto (2013), terdapat faktor-faktor yang dapat menyebabkan pengetahuan seseorang berbeda-beda yaitu: pendidikan, informasi, sosial, budaya dan ekonomi, lingkungan, pengalaman dan usia. Peningkatan pengetahuan masyarakat dapat dilakukan melalui pendidikan formal dan informal, pendidikan informal dilakukan secara sosialisasi dan penyuluhan di masyarakat.

Tabel 4 Distribusi Pengetahuan Responden Berdasarkan Karakteristik Responden

Variabel	Pengetahuan				Total	
	Pengetahuan Cukup		Pengetahuan Baik		Frek	%
	Frek	%	Frek	%		
Usia						
21-30 tahun	2	11,1	16	88,9	18	100
31-40 tahun	3	16,7	15	83,3	18	100
41-50 tahun	2	7,4	25	92,6	27	100
51-60 tahun	3	17,6	14	82,4	17	100
>60 tahun	2	100	0	0	2	100
Jenis Kelamin						
Laki-laki	1	6,7	14	93,3	15	100
Perempuan	11	16,4	56	83,6	67	100
Agama						
Islam	10	12,5	70	87,5	80	100
Kristen	2	100	0	0	2	100
Pendidikan						
Tidak Sekolah	1	50	1	50	2	100
SD	3	33,3	6	66,7	9	100
SMP	0	0	8	100	8	100
SMA/SMK	6	16,2	31	83,8	37	100
DIPLOMA	1	6,7	14	93,3	15	100
SARJANA	1	9,1	10	90,9	11	100
Pekerjaan						
IRT	4	26,7	11	73,3	15	100
Pedagang	5	15,6	27	84,4	32	100
Karyawan	3	11,1	24	88,9	27	100
Mahasiswa	0	0	2	100	2	100
Petani	0	0	1	100	1	100
PNS	0	0	2	100	2	100
Guru	0	0	3	100	3	100

Distribusi Pengetahuan Berdasarkan Usia Responden

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden dengan usia 21-30 tahun memiliki pengetahuan baik sebanyak 16 orang (88,9%) dan pengetahuan cukup 2 orang (11,1%), usia 31-40 tahun memiliki pengetahuan baik 15 orang (83,3%) dan pengetahuan cukup 3 orang

(16,7%), usia 41-50 tahun memiliki pengetahuan baik sebanyak 25 orang (92,6%) dan pengetahuan cukup 2 orang (7,4%), usia 51-60 tahun yang memiliki pengetahuan baik sebanyak 14 orang (82,4%) dan pengetahuan cukup 3 orang (17,6%), dan usia lebih dari 60 tahun sebanyak 2 orang (100%) memiliki pengetahuan cukup. Menurut Erdian (2009), apabila usia seseorang bertambah maka akan berkembang pula daya tangkapnya dan pola pikirnya maka akan mempengaruhi pengetahuan yang diperoleh, dan semakin baik dan luas pula pengetahuannya.

Distribusi Pengetahuan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Tabel 4 menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki memiliki pengetahuan baik sebanyak 14 orang (93,3%) dan pengetahuan cukup 1 orang (6,7%). Jenis kelamin perempuan memiliki pengetahuan baik sebanyak 56 orang (83,6%) dan pengetahuan cukup 11 (16,4%). Menurut Jayanti (2014) perempuan adalah seorang figur yang dinilai dapat atau mampu untuk menentukan jenis makanan yang akan dikonsumsi baik di dalam keluarga, acara resmi maupun tidak resmi. Perbedaan jenis kelamin mungkin dapat membentuk persepsi yang berbeda sehingga mempengaruhi pengetahuan antara laki-laki dengan perempuan. Hal tersebut masih menjadi perdebatan apakah laki-laki dan perempuan berbeda dalam bagaimana mereka menentukan keputusan etis dan kognitif (Normadewi, 2012).

Distribusi Pengetahuan Berdasarkan Agama Responden

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa responden dengan identitas agama Islam memiliki pengetahuan baik sebanyak 70 orang (87,5%) dan pengetahuan cukup 10 orang (12,5). Pembeli dengan identitas agama Kristen sebanyak 2 orang (100%) memiliki pengetahuan cukup. Hal ini selaras (Dindyal & Dindyal, 2012; Musaiger, 1993) bahwa di dunia ini pilihan makanan sangat berkaitan dengan Agama yang dianut masyarakat. Faktor yang paling signifikan dalam membeli produk makanan halal adalah identitas Agama seseorang (Schiffman & Lazar, 2010).

Distribusi Pengetahuan Berdasarkan Pendidikan Responden

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan terakhir tidak sekolah memiliki pengetahuan baik 1 orang (50%) dan pengetahuan cukup 1 orang (50%). Responden dengan tingkat pendidikan terakhir SD yang memiliki pengetahuan baik 6 orang (66,7%) dan pengetahuan cukup 3 orang (33,3%). Responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMP sebanyak 8 orang (100%) memiliki pengetahuan baik. Responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK yang memiliki pengetahuan baik 31 orang (83,8%) dan pengetahuan cukup 6 orang (16,2%). Responden dengan tingkat pendidikan terakhir DIPLOMA yang memiliki pengetahuan baik 14 orang (93,3%) dan pengetahuan cukup 1 orang (6,7%). Responden dengan tingkat pendidikan terakhir sarjana memiliki pengetahuan baik 10 orang (90,9%) dan pengetahuan cukup 1 orang (9,1%). Seseorang dengan pendidikan yang baik maka akan semakin mudah menerima informasi sehingga makin banyak pengetahuan yang dimiliki (Notoatmodjo, 2010). Pendidikan memiliki peranan yang penting dalam aspek sosial dan juga pandangan seseorang terhadap suatu hal, apabila tingkat pendidikannya rendah maka tingkat pengetahuannya kurang, dan apabila tingkat pendidikannya tinggi maka tingkat pengetahuannya juga tinggi (Syamsianah *et al.*, 2010).

Distribusi Pengetahuan Berdasarkan Pekerjaan Responden

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 4. menunjukkan bahwa responden yang tidak memiliki pekerjaan atau hanya menjadi Ibu Rumah Tangga mempunyai pengetahuan baik sebanyak 11 orang (73,3%) dan yang memiliki pengetahuan cukup ada 4 orang (26,7%). Responden dengan pekerjaan pedagang yang memiliki pengetahuan baik sebanyak 27 orang (84,4%) dan yang memiliki pengetahuan cukup ada 5 orang (15,6%). Responden dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta memiliki pengetahuan baik sebanyak 24 orang (88,9%)

dan yang memiliki pengetahuan cukup ada 3 orang (11,1%). Responden dengan status masih mahasiswa terdapat 2 orang dan memiliki pengetahuan yang baik. Responden dengan pekerjaan sebagai petani terdapat 1 orang dan memiliki pengetahuan yang baik. Responden dengan pekerjaan sebagai PNS sebanyak 2 orang memiliki pengetahuan yang baik dan pekerjaan sebagai guru sebanyak 3 orang memiliki pengetahuan baik. Pekerjaan akan mempengaruhi pola pikir pengetahuan seseorang dikarenakan lingkungan pekerjaan dapat menjadikan seseorang mendapatkan pengalaman dan keahlian. Pada penelitian ini pekerjaan yang paling banyak digeluti adalah pedagang yang dimana menjual-belikan olahan bahan pangan hewani maka pengalaman dan pengetahuannya mengenai bahan pangan hewani lebih tinggi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai gambaran pengetahuan pembeli dalam memilih bahan pangan hewani halal di pasar Nglano Karanganyar dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengetahuan yang baik dalam memilih bahan pangan hewani halal untuk dijadikan makanan halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Keputusan Menteri Agama. (2001). *Nomor 518 Tahun 2001 tentang Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal Menteri Agama Republik Indonesia*.
- Badan Pusat Statistika. (2017). *Total Konsumsi Bahan Pangan Hewani Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- BPS. (2020). *Kecamatan Tasikmadu*. Badan Pusat Statistik.
- Budiman, & Riyanto, A. (2013). *Kapita Selekta Kuesioner: Pengetahuan dan Sikap dalam Penelitian Kesehatan*. Salemba Medika.
- Dindyal, S., & Dindyal, S. (2012). How Personal Factors, Including Culture And Ethnicity, Affect The Choices And Selection Of Food We Make. *The Internet Journal of Third World Medicine*, 1(2), 2–5. <https://doi.org/10.5580/2231>.
- Erdian. (2009). *Ilmu Perilaku, cetakan pertama*. CV Sagung Seto.
- Fatwa MUI. (2009). *Standar Sertifikasi Penyembelihan Halal*. Nomor 12 Tahun 2009.
- Fujiati, D. (2017). Perempuan Pedagang dan Pasar Tradisional. *MUWAZAH*, 9(2), 106–124. <http://e-journal.iainpekalongan.ac.id/index.php/Muwazah/article/view/1123>
- Jayanti, L. D. (2014). *Studi aspek sosial ekonomi dan budaya, konsumsi pangan, serta densitas gizi pada masyarakat Kasepuhan Ciptagelar Jawa Barat*.
- Musaiger, A. O. (1993). Socio-cultural and economic factors affecting food consumption patterns in the Arab countries. *Journal of the Royal Society of Health*, 113(2), 68–74.
- Normadewi, B. (2012). Analisis Pengaruh Jenis Kelamin dan Tingkat Pendidikan terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi dengan Love of Money sebagai Variabel Intervening. 1–30.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Promosi kesehatan*.
- Rosidi, A., Musdianingwati, T., Suyanto, A., Yusuf, M., & Sulistyowati, E. (2015). Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Produk Halal. <Http://Jurnal.Unimus.Ac.Id>, 40–48.
- Rosyidi, D. (2018). Beberapa Kendala Bahan Pangan Asal Ternak untuk Mencapai Aman, Sehat, Utuh dan Halal (ASUH). *Prosiding Seminar Teknologi Dan Agribisnis Perternakan VI*, 2, 51–

57.

- Rusdiana, S., & Maesya, A. (2017). Pertumbuhan Ekonomi Dan Kebutuhan Pangan Di Indonesia. *Agriekonomika*, 6(1). <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v6i1.1795>
- Rusono, N. (2020). Peningkatan Produksi Daging Sapi untuk Mewujudkan Kedaulatan Pangan Hewani. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan Dan Veteriner*, 12–22.
- Sahardi, M. (2004). Lokakarya Nasional Keamanan Pangan Produk Peternakan Keamanan Pangan Asal Ternak Ruminansia di Sulawesi Selatan, Lokakarya Nasional Keamanan Pangan Produk Peternakan, Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Provisisi Sulawesi Selatan.
- Schiffman, L. G., & Lazar, K. L. (2010). *Consumer Behavior 10th edition: Consumer Innovativeness*. Pearson Education Inc.
- Sunyoto, Y., Ghozali, I., & Purwanto, A. (2015). *Pengaruh Motivasi, Pengalaman, Komitmen Dan Regulasi Uuap Terhadap Kinerja Auditor Dan Kepuasan Kerja Auditor Dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Kantor Akuntan Publik di Indonesia)*. Universitas Diponegoro.
- Syamsianah, A., Mufnaetty, & Mahardikha, D. M. (2010). Hubungan Tingkat Pendidikan dan Pengetahuan Ibu Tentang ASI Dengan Lama Pemberian ASI Eksklusif pada Balita Usia 6-24 Bulan di Desa Kebonagung Kecamatan Kebonagung Kabupaten Pacitan Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 6(2), 69–78.
- Vristiyana, V. M. (2019). Pengaruh religiusitas dan pengetahuan produk halal terhadap penilaian produk halal dan minat pembelian produk halal. *Ekobis*, 20(1), 85–100.
- Widjojo, S. (2016). Ketahanan Pangan Provinsi Jawa Barat Dalam Mendukung Kedaulatan Pangan Negara Kesatuan Republik Indonesia. *Seminar Nasional Geomatika*, 323–329.
- Yusoff, S. Z., & Adzharuddin, N. A. (2017). Factor of Awareness in Searching and Sharing of Halal Food Product among Muslim Families in Malaysia. *SHS Web of Conferences*, 33(January), 00075. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20173300075>