

**FAKTOR-FAKTOR PENENTU PEMILIHAN
MAKANAN *ḤALĀLAN ṬAYYIBAN* DALAM
KALANGAN PENGGUNA MILENIAL MUSLIM
DI PULAU PINANG**

NADIAH RUS LIYANA BINTI RUSLI

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

2021

**FAKTOR-FAKTOR PENENTU PEMILIHAN
MAKANAN *ḤALĀLAN ṬAYYIBAN* DALAM
KALANGAN PENGGUNA MILENIAL MUSLIM
DI PULAU PINANG**

oleh

NADIAH RUS LIYANA BINTI RUSLI

**Tesis yang diserahkan untuk
memenuhi keperluan bagi
Ijazah Doktor Falsafah**

Februari 2021

PENGHARGAAN

Titipan penghargaan dan syukur kepada Allah SWT di atas rahmat dan kurniaannya tesis ini dapat dihasilkan. Berserah kepadanya atas segala takdir yang dikehendaki kepada isi alam seluruhnya. Sesungguhnya Dialah yang menggerakkan akal dan jari ini untuk menulis sebuah tesis ini. Selawat dan salam kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW, para sahabat serta tabiin. Semoga penulisan tesis ini diterima sebagai ibadah dan amal kebaikan untuk meluaskan ilmu pengetahuan dan mendapatkan keredaan Allah SWT.

Penghargaan dan ucapan terima kasih kepada penyelia utama, Dr Fadzila Azni Ahmad dan penyelia bersama Dr Azreen Hamiza Abdul Aziz, yang tidak pernah putus asa dalam memberi bimbingan, nasihat, kepercayaan, sokongan, mendidik dan teguran sepanjang proses penghasilan tesis ini sehingga ke akhirnya. Segala dorongan dan komitmen yang ditunjukkan telah memotivasikan penyelidik untuk menyempurnakan tesis ini. Semoga ilmu yang dicurahkan mampu penyelidik amalkan sehingga di kembangkan untuk kebaikan ummah.

Begitu juga setinggi penghargaan kepada pengasas, Professor Muhammad Syukri Salleh dan seluruh tenaga pengajar di Pusat Kajian Pengurusan Pembangunan Islam (ISDEV) di atas tunjuk ajar, sokongan dan ilmu yang dicurahkan serta sebagai tempat rujukan penyelidik. Setinggi penghargaan juga tidak dilupakan kepada panel pengesahan iaitu Prof. Madya Betania Muflih, Dr Aizat Jamalluddin, dan Dr Mohd Sobhi Ishak yang membantu penyelidik untuk memberi tunjuk ajar dan kerjasama sebagai pakar pengesah kepada borang soal selidik. Ucapan terima kasih tidak

terhingga kepada semua pakar pengesahan yang banyak memberi dorongan dan pengetahuan kepada penyelidik untuk menghasilkan tesis ini.

Terakhir, penghargaan yang teristimewa kepada keluarga tercinta terutamanya kepada ayahanda Dr Rusli Busu, ibunda Nor Zalina Zalazilah, bapa mertua Sulaiman Zainal Abidin, ibu mertua Norliah Md Sani, suami tersayang Muhammad Helmi Sulaiman dan adik-beradik yang tidak putus memberi semangat, kasih sayang serta berkorban masa dan kewangan secara langsung atau tidak langsung untuk menghasilkan tesis ini. Dengan dorongan kalian akhirnya salah satu episod perjuangan dalam menuntut ilmu dapat dilalui dengan jayanya. Semoga segala yang telah kalian berikan dikira sebagai ibadah di sisi Allah SWT dan menjadi bekalan di dunia dan akhirat. InsyaAllah.

Nadiah Rus Liyana Rusli

Pusat Kajian Pengurusan Pembangunan Islam (ISDEV)
Universiti Sains Malaysia
Pulau Pinang.
1 Februari 2021

ISI KANDUNGAN

PENGHARGAAN	ii
SENARAI KANDUNGAN	iv
SENARAI JADUAL	xi
SENARAI RAJAH	xiv
SENARAI SINGKATAN	xv
PANDUAN TRANSLITERASI	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Pengenalan	1
1.2 Latar Belakang Kajian	2
1.3 Pernyataan Masalah	13
1.4 Objektif Kajian	20
1.5 Persoalan Kajian	21
1.6 Definisi Operasional	22
1.6.1 Faktor-Faktor Penentu Pemilihan	23
1.6.2 Makanan <i>Halāl</i> an <i>Ṭayyiban</i>	24
1.6.3 Pengguna Milenial Muslim Pulau Pinang	27
1.7. Skop Dan Batasan Kajian	29
1.7.1 Batasan Subjek Kajian	29
1.7.2 Batasan Lokasi	30
1.7.3 Batasan Responden	30
1.8 Kepentingan Kajian	31
1.9 Organisasi Tesis	32
1.10 Kesimpulan	33

BAB 2	KAJIAN LEPAS DAN SOROTAN KARYA.....	34
2.1	Pengenalan.....	34
2.2	Kajian Lepas	34
2.2.1	Kajian Faktor-Faktor Penentu Pemilihan Dalam Makanan Halal	34
2.2.2	Kajian Faktor-Faktor Penentu Pemilihan Dalam Kepergunaan <i>Halālan Ṭayyiban</i>	48
2.2.3	Kajian Faktor-Faktor Penentu Pemilihan Dalam Kalangan Pengguna Milenial Muslim	55
2.3	Analisis Kajian Lepas	59
2.4	Sorotan Karya	60
2.4.1	Teori Keperluan.....	61
2.4.1 (a)	Teori Keperluan Dari Perspektif Lazim	61
2.4.1 (b)	Pengukuran Teori Keperluan Menurut Perspektif Islam	65
2.4.2	Halal Dan Haram	69
2.4.2 (a)	Halal	71
2.4.2 (b)	Haram.....	72
2.4.2 (c)	Syubhah.....	73
2.4.3	Makanan <i>Halālan Ṭayyiban</i>	74
2.4.4	Faktor- Faktor Penentu Pemilihan Pengguna Muslim Terhadap Makanan <i>Halālan Ṭayyiban</i>	79
2.4.4 (a)	Kefahaman Halal	79
2.4.4 (b)	Kefahaman Tayyiban.....	81
2.4.4 (c)	Tabiat Pemakanan.....	82
2.4.4 (d)	Kesihatan Diri.....	86
2.4.4 (e)	Kualiti Makanan	88
2.4.4 (f)	Keperluan.....	89
2.4.5	Penentuan Pemilihan Faktor Sikap Sebagai Mediator	91
2.5	Analisis Sorotan Karya	93

2.6	Kerangka Konseptual Kajian.....	95
2.7	Kesimpulan.....	98
BAB 3	KAEDAH PENYELIDIKAN	99
3.1	Pengenalan.....	99
3.2	Reka Bentuk Penyelidikan.....	99
3.3	Kaedah Pengumpulan Data.....	101
3.3.1	Pengumpulan Data Sekunder	102
3.3.2	Pengumpulan Data Primer.....	104
3.3.2 (a)	Justifikasi Pemilihan Pulau Pinang.....	104
3.3.2 (b)	Justifikasi Pemilihan Pengguna Milenial Muslim.....	106
3.3.2 (c)	Kaedah Pensampelan.....	107
3.3.2 (d)	Instrumen Kajian	110
3.3.2 (e)	Kajian Rintis Soal Selidik.....	113
3.3.2 (f)	Kesahan Instrumen Kajian.....	114
3.3.2 (g)	Kebolehpercayaan Instrumen	125
3.4	Kaedah Penganalisan Data.....	137
3.4.1	Penetapan Model Struktural	139
3.4.1 (a)	Pembinaan Hipotesis Kajian.....	140
3.4.2	Penetapan Model Pengukuran	143
3.4.2 (a)	Penentuan Model Pengukuran Reflektif.....	143
3.4.2 (b)	Penentuan Bilangan Item.....	144
3.4.3	Pengumpulan Data Dan Penilaian	144
3.4.3 (a)	Data.....	144
3.4.3 (b)	Analisis Data Hilang (<i>Missing Data</i>)	145
3.4.3 (c)	Analisis Data Terpencil Diagnostik (<i>Outliers</i>).....	145
3.4.3 (d)	Kenormalan Data.....	146
3.4.4	Penganggaran Model Laluan PLS	146

3.4.4 (a)	Penilaian Keputusan PLS-Sem	147
3.4.5	Penilaian Keputusan PLS-Sem Model Struktural	147
3.4.5 (a)	Penilaian Multikolineariti	147
3.4.5 (b)	Penilaian Terhadap Kesignifikanan dan Kerelevanan Hubungan Dalam Model Struktural	148
3.4.5 (c)	Penilaian Terhadap R^2	148
3.4.5 (d)	Penilaian Terhadap Saiz Kesan f^2	149
3.4.5 (e)	Penilaian Terhadap Kerelevanan Peramal Q^2	149
3.4.5 (f)	Penilaian Terhadap Kesan Saiz q^2	150
3.4.6	Pendekatan Analisis Pengantaraan (Mediator).....	150
3.5	Prosedur Kaedah Kajian	151
3.6	Kesimpulan	154
BAB 4	DAPATAN KAJIAN	155
4.1	Pendahuluan.....	155
4.2	Analisis Kadar Responsif Responden.....	155
4.3	Analisis Data Hilang (<i>Missing Data</i>)	157
4.4	Analisis Data Terpencil Diagnostik (<i>Outliers</i>).....	159
4.5	Kenormalan Data	159
4.6	Maklumat Profil Responden	164
4.7	Maklumat Responden Mengenai Makanan <i>Halālan Ṭayyiban</i>	166
4.8	Penilaian Model Hipotesis	166
4.9	Penilaian Model Pengukuran	168
4.10	Penilaian Model Struktural	175
4.10.1	Penilaian Model Struktural Untuk Isu Multikolineariti.....	175
4.11	Pencapaian Objektif Pertama Kajian	179
4.11.1	Faktor Penentu Pemilihan Milenial Muslim Terhadap Keperluan Makanan <i>Halālan Ṭayyiban</i>	179
4.11.1 (a)	Hubungan Langsung antara Faktor Kefahaman	

	Halal Terhadap Keperluan Makanan <i>Halālan</i> <i>Ṭayyiban</i>	180
4.11.1 (b)	Hubungan Langsung antara Faktor Kefahaman <i>Ṭayyiban</i> Terhadap Keperluan Makanan <i>Halālan Ṭayyiban</i>	181
4.11.1 (c)	Hubungan Langsung antara Faktor Kesihatan Diri Terhadap Keperluan Makanan <i>Halālan</i> <i>Ṭayyiban</i>	182
4.11.1 (d)	Hubungan Langsung antara Faktor Kualiti Makanan Terhadap keperluan makanan <i>Halālan Ṭayyiban</i>	183
4.11.1 (e)	Hubungan Langsung antara Faktor Tabiat Pemakanan Terhadap Keperluan Makanan <i>Halālan Ṭayyiban</i>	183
4.11.2	Faktor Penentu Sikap Milenial Muslim Terhadap Keperluan Makanan <i>Halālan Ṭayyiban</i>	184
4.11.3	Perbezaan Penentu Pemilihan Milenial Muslim Terhadap Pemilihan Makanan <i>Halālan Ṭayyiban</i> untuk Keperluan Berdasarkan Faktor Demografi	185
4.11.3 (a)	Perbezaan Penentu Pemilihan Milenial Muslim Terhadap pemilihan Makanan <i>Halālan</i> <i>Ṭayyiban</i> untuk Keperluan Berdasarkan Jantina.....	185
4.11.3 (b)	Perbezaan Penentu Pemilihan Milenial Muslim Terhadap Pemilihan Makanan <i>Halālan</i> <i>Ṭayyiban</i> untuk Keperluan Berdasarkan Umur.....	186
4.11.3 (c)	Perbezaan Penentu Pemilihan Milenial Muslim Terhadap Pemilihan Makanan <i>Halālan</i> <i>Ṭayyiban</i> untuk Keperluan Berdasarkan Bangsa	187

4.11.3 (d)	Perbezaan Penentu Pemilihan Milenial Muslim Terhadap Pemilihan Makanan <i>Ḥalālān</i> <i>Ṭayyiban</i> untuk Keperluan Berdasarkan Taraf Pendidikan	188
4.11.3(e)	Perbezaan Penentu Pemilihan Milenial Muslim Terhadap Pemilihan makanan <i>Ḥalālān</i> <i>Ṭayyiban</i> untuk Keperluan Berdasarkan Taraf Pendapatan.....	190
4.12	Rumusan Perbezaan Demografi Terhadap Keperluan Memilih Makanan <i>Ḥalālān Ṭayyiban</i>	191
4.13	Pencapaian Objektif Kedua	194
4.13.1	Menganalisis Kesan Pengantaraan Hubungan Sikap di antara Faktor Penentu Pemilihan Dengan Keperluan Untuk Memilih Makanan <i>Ḥalālān Ṭayyiban</i> Dalam Kalangan Pengguna Milenial Muslim	194
4.14	Penilaian Kuasa Peramal R^2	198
4.15	Penilaian Kuasa Peramal f^2	199
4.16	Penilaian Kerelevanan Peramal Q^2	200
4.17	Penilaian Saiz Kesan q^2	201
4.18	Pencapaian Objektif Ketiga	204
4.18.1	Merumuskan Faktor Kefahaman <i>Ṭayyiban</i> dan Tabiat Pemakanan Terhadap Keperluan Makanan <i>Ḥalālān Ṭayyiban</i>	205
4.18.2	Merumuskan Faktor Sikap Milenial Muslim Di Pulau Pinang Terhadap Keperluan Makanan <i>Ḥalālān Ṭayyiban</i>	212
4.19	Kesimpulan.....	217
BAB 5	PENUTUP	218
5.1	Pendahuluan.....	218
5.2	Dapatan dan Rumusan Kajian	218

5.3	Implikasi Dasar dan Cadangan	225
5.4	Cadangan Kajian Lanjutan	229
5.5	Sumbangan Kajian.....	230
5.5.1	Sumbangan Teoretikal.....	230
5.5.2	Sumbangan Empirikal	231
5.6	Kesimpulan.....	231
	BIBLIOGRAFI.....	233

LAMPIRAN

SENARAI PENERBITAN

SENARAI JADUAL

	Halaman
Jadual 1.1	Ringkasan Objektif Kajian dan Persoalan Kajian22
Jadual 2.1	Konstruk Kajian Berdasarkan Kajian Lepas dan Sorotan Karya.....96
Jadual 3.1	Taburan Edaran Soal Selidik Mengikut Daerah di Pulau Pinang 109
Jadual 3.2	Taburan Item Mengikut Konstruk dalam Borang Soal Selidik 111
Jadual 3.3	Sumber Instrumen Kajian 112
Jadual 3.4	Senarai Pakar dan Bidang Kepakaran..... 116
Jadual 3.5	Pemurnian Item Berdasarkan Saranan Pakar..... 117
Jadual 3.6	Pengguguran Item Berdasarkan Saranan Pakar 119
Jadual 3.7	Keputusan Pengesahan Pakar Selepas Melalui Proses Pemurnian dan Pengguguran Item Berdasarkan Saranan Pakar 119
Jadual 3.8	Kesahan Menumpu Kajian Rintis (Sebelum Dan Selepas Penyingkiran Item..... 127
Jadual 3.9	Pemberatan Silang (Cross Loading) Antara Item Konstruk Model Pengukuran..... 132
Jadual 3.10	Kesahan Diskriminan Fornell Larcker..... 133
Jadual 3.11	Item yang Digugurkan Selepas Kajian Rintis Dijalankan 134
Jadual 3.12	Hipotesis Kajian bagi Objektif Pertama Kajian (Kesan Langsung Tanpa Mediator)..... 141
Jadual 3.13	Hipotesis Kajian Objektif Ketiga Kajian: Sikap Sebagai

	Faktor Mediator Antara Faktor Dalaman Dan Luaran Terhadap Keperluan Makanan <i>Halālan Ṭayyiban</i> Dalam Kalangan Pengguna Milenial Muslim (Kesan Tidak Langsung)	142
Jadual 3.14	Hubungan Objektif Kajian, Persoalan Kajian dan Hipotesis Kajian.....	142
Jadual 4.1	Kadar Responsif Responden.....	156
Jadual 4.2	Jumlah Akhir Set Soal Selidik yang boleh Digunakan Mengikut Daerah di Pulau Pinang.....	157
Jadual 4.3	Keputusan Analisis Data Hilang.....	158
Jadual 4.4	Keputusan Ujian Skewness dan Kurtosis	160
Jadual 4.5	Keputusan Ujian Kolmogrov-Smirnov dan Shapiro-Wilk	162
Jadual 4.6	Taburan Profil Responden (n= 415)	164
Jadual 4.7	Taburan Maklumat Mengenai Pemilihan Makanan <i>Halālan Ṭayyiban</i>	166
Jadual 4.8	Nilai Beban Faktor Konstruk.....	168
Jadual 4.9	Penilaian Model Pengukuran Kajian	169
Jadual 4.10	Pemberatan Silang (Cross Loading) Antara Item Konstruk Model Pengukuran.....	171
Jadual 4.11	Kriteria Fornell-Larcker.....	173
Jadual 4.12	Nilai Beban Faktor Konstruk.....	174
Jadual 4.13	Penilaian Multikolineariti Konstruk	175
Jadual 4.14	Nilai Beban Faktor Konstruk.....	178
Jadual 4.15	Penilaian Kesignifikanan dan Kerelevanan Hubungan dalam Model Struktur	180
Jadual 4.16	Penilaian Kesignifikanan dan Kerelevanan Hubungan	

	dalam Model Struktur	184
Jadual 4.17	Ujian T-Test Keperluan Pengguna Milenial Muslim dalam Makanan <i>Halālān Ṭayyiban</i> Berdasarkan Jantina	186
Jadual 4.18	Ujian ANOVA Sehala Keperluan Makanan <i>Halālān Ṭayyiban</i> Berdasarkan Umur	187
Jadual 4.19	Ujian ANOVA Sehala Keperluan Makanan Berdasarkan Bangsa.....	188
Jadual 4.20	Ujian ANOVA Sehala Keperluan Makanan <i>Halālān Ṭayyiban</i> Berdasarkan Taraf Pendidikan	189
Jadual 4.21	Ujian ANOVA Sehala Keperluan <i>Halālān Ṭayyiban</i> Berdasarkan Pendapatan	190
Jadual 4.22	Penilaian Kesignifikanan dan Kerelevanan Kesan Pengantaraan Sikap dalam Hubungan Antara Faktor Penentu Pemilihan Terhadap Keperluan Memilih Makanan <i>Halālān Ṭayyiban</i> Selepas Melalui Sikap Sebagai Mediator (Kesan Tidak Langsung)	195
Jadual 4.23	Nilai Kesan Keseluruhan	197
Jadual 4.24	Nilai R^2 Bagi Pemboleh Ubah Bersandar	199
Jadual 4.25	Kesan Saiz f^2	199
Jadual 4.26	Penentuan Ketepatan Peramal Q^2	200
Jadual 5.1	Ringkasan Dapatan Kajian	225

SENARAI RAJAH

	Halaman
Rajah 1.1	Taburan Kelulusan Sijil Halal Malaysia 7
Rajah 2.1	Hierarki Teori Keperluan Maslow 63
Rajah 2.2	Ciri-Ciri Makanan <i>Halālan Ṭayyiban</i> 77
Rajah 2.3	Ciri-Ciri Makanan yang Baik 78
Rajah 2.4	Unsur Kesihatan Menurut Sains dan Akal..... 86
Rajah 2.5	Kerangka Konseptual Kajian Faktor-Faktor Penentu Pemilihan Makanan <i>Halālan Ṭayyiban</i> dalam Kalangan Pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang 97
Rajah 3.1	Analisis Sebelum Model Pengukuran Dilakukan 125
Rajah 3.2	Analisis Selepas Model Pengukuran Dijalankan 136
Rajah 3.3	Model Hipotesis Kajian Pemboleh Ubah Secara Langsung 139
Rajah 3.4	Model Hipotesis Kajian Pemboleh Ubah Secara Tidak Langsung..... 140
Rajah 3.5	Prosedur Kaedah Kajian 153
Rajah 4.1	Analisis Sebelum Model Pengukuran Dilakukan 167
Rajah 4.2	Analisis Selepas Model Pengukuran Dijalankan 173
Rajah 4.3	Analisis Penilaian Multikolineariti 177
Rajah 4.4	Model Struktural 198
Rajah 4.5	Model Akhir Faktor-Faktor Penentu Pemilihan Makanan <i>Halālan Ṭayyiban</i> dalam Kalangan Pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang..... 216

SENARAI SINGKATAN

AVE	Average Variance Extracted
CFA	Confirmatory Factor Analysis
GMP	Good Manufacturing Practices
HACCP	Hazard Analysis Critical Control Point
HAS	Halal Assurance System
HDC	Halal Industry Development Corporation
IHRAM	Pusat Kecemerlangan Halal Universiti Sains Islam Malaysia
ISPHM	Inisiatif Segera Persijilan Halal Malaysia
IMP	Islamic Manufacturing Practice
INHART	International Institute for Halal Research and Training
INSKEN	Institut Keusahawanan Negara
IPPH	Institut Penyelidikan dan Pengurusan Halal
JAIN	Jabatan Agama Islam Negeri
JAKIM	Jabatan Kemajuan Islam Malaysia
M	Mean
PIHH	Penang International Halal Hub
SD	Standard Deviation
SAW	<i>ṢAllah Allah ‘Alayhi Wa Sallam</i> (Semoga Allah SWT Memberkati Dan Merahmatinya)
SPSS	Statistical Package for The Social Science
Smart-PLS	Structural Equation Modelling Using Partial Least Squares
SWT	<i>Subhānahu Wa Ta’ālā</i> (Maha Suci Dan Maha Agung)
VIF	Varian Inflation Factor

PANDUAN TRANSLITERASI

HURUF RUMI	HURUF ARAB	HURUF RUMI	HURUF ARAB
ṭ	ط	-	ا
z	ظ	b	ب
‘	ع	t	ت
gh	غ	th	ث
f	ف	j	ج
q	ق	h	ح
k	ك	kh	خ
l	ل	d	د
m	م	dh	ذ
n	ن	r	ر
w	و	z	ز
h	هـ	s	س
’	ء	sy	سَي
y	ي	s	ص
ṭ	ة	d	ض

PENDEK		PANJANG		DIFTONG	
a	َ	a	آ	ay	أَيَّ
i	ِ	i	إِي	aw	أَوَّ
u	ُ	u	أُو		

Sumber: Pedoman Transliterasi Huruf Arab Ke Rumi, Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP) (1992)

**FAKTOR-FAKTOR PENENTU PEMILIHAN MAKANAN *ḤALĀLAN*
ṬAYYIBAN DALAM KALANGAN PENGGUNA MILENIAL MUSLIM DI
PULAU PINANG**

ABSTRAK

Pengguna Milenial mempunyai potensi tinggi sebagai kumpulan sasaran pasaran berikutan faktor seperti kewangan, keupayaan mengakses maklumat dengan lebih mudah dan kebolehan mengguna teknologi terkini. Sebagai kumpulan pengguna dengan keupayaan memilih yang tinggi, mengenali dan memahami gelagat mereka menjadi aspek penting khususnya dalam aspek kepenggunaan. Dalam kalangan Muslim, kepenggunaan yang menepati syarak merupakan satu elemen yang amat penting. Kepentingan ini khususnya berlaku pada pemilihan makanan yang bukan hanya halal, tetapi juga bersifat *ṭayyiban*. Makanan berasaskan konsep *ḥalālan ṭayyiban* penting dalam membentuk keperibadian seseorang individu Muslim. Namun begitu, apakah faktor yang menjadi penentu pemilihan makanan *ḥalālan ṭayyiban* dalam kalangan pengguna Milenial Muslim ini? Untuk mengkaji perkara ini lebih lanjut, kajian ini mengemukakan tiga objektif. Pertama mengenal pasti faktor-faktor penentu pemilihan terhadap keperluan makanan *ḥalālan ṭayyiban*. Kedua menganalisis faktor-faktor penentu pemilihan terhadap makanan *ḥalālan ṭayyiban*. Ketiga merumuskan faktor-faktor penentu pemilihan yang mempengaruhi pengguna Milenial Muslim terhadap keperluan makanan *ḥalālan ṭayyiban*. Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan pengumpulan data melalui pengedaran borang soal selidik. Sebanyak 415 responden pengguna Milenial Muslim di lima daerah negeri Pulau Pinang telah terlibat. Statistik deskriptif dianalisis menggunakan perisian SPSS versi

22 dan statistik inferens dianalisis menggunakan perisian Smart-PLS versi 3.2.7. Dapatan kajian menunjukkan faktor demografi tidak mempengaruhi penentu pemilihan pengguna Milenial Muslim terhadap keperluan makanan *ḥalālān ṭayyiban* secara signifikan. Faktor kefahaman *ṭayyiban* dan tabiat pemakanan didapati mempengaruhi secara langsung pengguna Milenial Muslim dan wujud mediator sikap dalam hubungan di antara kefahaman *ṭayyiban* dan tabiat pemakanan terhadap keperluan makanan *ḥalālān ṭayyiban*. Faktor kefahaman *ṭayyiban* dan tabiat pemakanan juga berupaya mempengaruhi sikap pengguna Milenial Muslim terhadap keperluan makanan *ḥalālān ṭayyiban*. Kajian ini memperlihatkan keperluan untuk mendapatkan kerjasama daripada badan-badan berautoriti untuk membudayakan pemilihan makanan *ḥalālān ṭayyiban* dalam kalangan pengguna Muslim. Dari sudut seorang pengguna Milenial Muslim pula, pengguna Muslim dinasihatkan untuk sentiasa cakna dengan pemilihan makanan harian dan perkembangan semasa dalam aspek makanan halal khususnya.

**DETERMINANT FACTORS OF *ḤALĀLAN ṬAYYIBAN* FOOD
SELECTION AMONG MUSLIM MILLENNIAL USERS IN PULAU PINANG**

ABSTRACT

Millennial consumers have a high potential as a target market due to factors such as financial, ability to access information easily and ability to use the latest technology. As a consumer group with a high potential of selection ability, recognizing and understanding their behaviour is an important aspect especially in the aspect of consumption. As a Muslims, consumption that complies with sharia is very important element. This importance is seen especially in selection of foods which is not only practice halal, but as well as *ṭayyiban*. Food that based on the concept of *ḥalālan ṭayyiban* is very important in forming a personality of an individual Muslim. However, what are the factors that determine the food selections among these Muslim Millennial consumers? To examine this research further, this research developed three objectives. First is to identify the determinants factors that influence the taking of *ḥalālan ṭayyiban* food. Second is to analyze the determinant factors towards the *ḥalālan ṭayyiban* food. Third is to conclude the determinants that may influence the Muslim Millennial on *ḥalālan ṭayyiban* food. This research use quantitative approach and data is collected through the distribution of questionnaires. A total of 415 respondents involved consisting of Muslim Millennials in five different districts in Pulau Pinang. Descriptive statistic is analyzed using SPSS software version 22 and the inferential statistic is analyzed using Smart-PLS software version 3.2.7. This research found that demography has no significantly influence on the determinants for necessity of *ḥalālan ṭayyiban* foods among the Muslim Millennial consumers. Factor of understanding

ṭayyiban and eating habits were found directly affect Muslim Millennial consumers and attitude was indirectly influenced in the relationship between understanding of *ṭayyiban* and eating habits of necessity for *ḥalālān ṭayyiban* food. Factor of understanding *ṭayyiban* and eating habits were found to affect the attitude of Muslim Millennial for *ḥalālān ṭayyiban* food as well. This research shows that understanding *ṭayyiban* and eating habits influenced the attitude of Muslim Millennial consumers in Pulau Pinang towards the necessity for *ḥalālān ṭayyiban* food. This research highlight that the authority parties should work together to strengthen the management of halal, utilizing the latest technology and more. Muslim Millennial consumers are advised to be constantly aware on their daily food choices pertaining on halal issues particularly in halal foods.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 PENGENALAN

Kajian ini secara umumnya mengkaji faktor-faktor penentu pemilihan yang mempengaruhi pengguna-pengguna Milenial Muslim di Malaysia dalam keperluan produk makanan *ḥalālān ṭayyīban*. Secara khususnya, kajian yang berbentuk penjelasan ini bertujuan untuk mengenal pasti dan menganalisis faktor-faktor penentu pemilihan yang mempengaruhi pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang dalam menjadikan produk makanan *ḥalālān ṭayyīban* sebagai sebuah keperluan. Penemuan akhir dalam kajian ini merumuskan sama ada faktor-faktor yang telah dikenal pasti boleh mempengaruhi seseorang pengguna Milenial Muslim dalam menggunakan produk makanan halal tersebut.

Konsep *ḥalālān ṭayyīban* adalah satu konsep yang kini diberi perhatian dan penekanan dalam kalangan pengguna dan juga pihak industri khususnya dalam industri makanan. Menurut Sazelin Arif (2012) konsep *ḥalālān ṭayyīban* mempunyai matlamat untuk memelihara kebaikan di samping menolak keburukan. Lebih terperinci, konsep *ḥalālān ṭayyīban* adalah sebuah konsep yang dapat memberi jaminan kepada kebaikan (maslahat) dalam kehidupan manusia. Hal ini dapat dijelaskan kerana konsep *ḥalālān ṭayyīban* amat menekankan prinsip dan nilai yang berasaskan mesra alam, tidak berlaku kejam kepada haiwan dan etika (Halal Journal, 2012). Lebih ringkas, konsep *ḥalālān ṭayyīban* ini menitikberatkan perkara yang berkait rapat dengan alam sekitar dan tuntutan sosial (Vibe, 2009). Oleh yang demikian, tujuan kajian ini dilakukan

untuk mengenal pasti faktor-faktor penentu pemilihan yang boleh mempengaruhi pengguna-pengguna Milenial Muslim Pulau Pinang dalam menggunakan produk makanan *ḥalālān ṭayyiban*.

Perbincangan dalam bab pengenalan ini merangkumi lapan bahagian. Bahagian pertama merupakan latar belakang kajian. Bahagian kedua pula merupakan pernyataan masalah, diikuti objektif kajian, persoalan kajian, definisi operasional kajian, skop dan batasan kajian, kepentingan kajian, sumbangan kajian dan seterusnya organisasi kajian.

1.2 LATAR BELAKANG KAJIAN

Saban tahun, jumlah populasi Muslim sedunia dilihat semakin meningkat. Kini telah dianggarkan sebanyak 23% daripada populasi dunia adalah terdiri daripada masyarakat Muslim. Menurut laporan *Global Islamic Economic Report (2019)*, populasi Muslim seluruh dunia pada tahun 2018 adalah sebanyak 1.8 bilion dan dijangka jumlah ini akan meningkat sebanyak 70% iaitu sebanyak 3.0 bilion menjelang tahun 2060. Tambahan itu, Laporan *Global Islamic Economic Report (2019)* telah mengandaikan sebahagian besar daripada jumlah populasi ini akan dikuasai oleh generasi muda yakni generasi Milenial.

Generasi Milenial adalah generasi yang dilahirkan di antara tahun 1982 hingga 2000 (*Millennial Generation Research Review, 2012*). Di Malaysia generasi Milenial dikatakan mendominasi sekitar 29% daripada jumlah populasi di Malaysia (Lin, 2018) iaitu sebanyak 852 600 orang. Tambahan itu, generasi Milenial dikatakan amat mementingkan jaminan kualiti, gaya hidup yang sihat dan merupakan generasi yang

tidak gemarkan keterhadan dalam pemilihan (Lokhman Hakim Osman & Riadhuss Solehah Aziz, 2018). Justeru dapat dilihat bahawa pengaruh kuasa beli di Malaysia adalah terdiri daripada pengguna generasi ini. Berikutan daripada peningkatan jumlah penduduk Muslim dan peri laku generasi Milenial tersebut, hal ini telah membawa kepada peningkatan jumlah permintaan produk dan perkhidmatan halal di Malaysia. Menurut *Global Islamic Economic Report* (2019), dengan berdasarkan kadar perbelanjaan pengguna Muslim terhadap makanan dan minuman pada masa kini (US\$ 1.37 trilion), jumlah ini dijangkakan akan mencecah sebanyak US\$ 1.9 trilion menjelang tahun 2023. Dengan demikian ini menjelaskan bahawa peningkatan jumlah populasi dunia secara tidak langsung telah memberi kesan kepada peningkatan jumlah permintaan barangan dan perkhidmatan halal.

Pada masa kini dapat dilihat pengguna Milenial Muslim telah mula mengamalkan gaya hidup halal (*halal lifestyle*). Gaya hidup halal ini dilihat meliputi pelbagai aspek seperti pakaian, pemakanan, kesihatan, kosmetik dan sebagainya. Salah satu perkembangan dalam menjalani gaya hidup halal dalam kalangan generasi Milenial ini adalah dengan permintaan yang tinggi terhadap kosmetik halal. Menurut Suhana Mohezar, Suhaiza Zailani dan Zainorfarah Zainuddin (2016), terdapat permintaan yang mendadak dalam kalangan generasi Milenial ini terhadap keperluan untuk mendapatkan kosmetik yang disahkan halal. Selain itu, perkembangan industri fesyen muslimah turut sama meningkat dengan menyasarkan generasi Milenial sebagai kumpulan sasaran (Muhammad Izzuddin Zainudin, Faridah Hasan & Abdul Kadir Othman, 2018). Gaya hidup halal ini turut sama mempengaruhi pengguna belia Muslim dalam aspek pemakanan. Menurut Lokhman Hakim Osman dan Riadhuss Solehah Aziz (2018), generasi Milenial masa kini amat menitik beratkan konsep *ḥalālān ṭayyiban*. Generasi Milenial Muslim dikatakan mula mengambil berat tentang rantaian dan sumber

makanan halal yang terhasil oleh pihak-pihak pengeluar. Tingkah laku generasi Milenial ini adalah kerana sifat dan sikap sentiasa inginkan terbaik, kepelbagaian variasi pilihan produk dan perkhidmatan merupakan hak mereka sebagai seorang pengguna (Richard, 2006). Perkembangan gaya hidup halal didorong oleh kesedaran masyarakat Muslim pada hari ini untuk menerapkan ajaran Islam dalam segala aspek dalam kehidupan. Bagi pengguna Milenial Muslim, trend gaya hidup halal ini telah sedikit sebanyak mempengaruhi kehidupan mereka dalam membuat sesuatu keputusan termasuklah dalam aspek pemilihan makanan harian.

Perkembangan yang pesat dalam industri makanan halal di Malaysia bermula apabila terdapat permintaan yang tinggi terhadap produk dan makanan halal dari kalangan pengguna Muslim (Adams, 2011). Menurut laporan *Global Islamic Economic Report* (2019), pada tahun 2017 industri makanan halal mencatatkan sebanyak US\$ 1.3 trilion dan jumlah ini dijangkakan akan terus meningkat sebanyak 6.1% iaitu menjadi US\$ 1.9 trilion menjelang tahun 2023. Ini menunjukkan bahawa permintaan terhadap makanan halal mendapat permintaan yang tinggi di pasaran. Selain itu, permintaan yang memberangsangkan terhadap produk-produk halal adalah juga kerana pengguna Muslim yakin dan percaya terhadap kualiti yang dimiliki oleh sesuatu produk terutamanya produk-produk yang mendapat pengiktirafan halal dari pihak Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) (Shahidan Shafie & Md Nor Othman, 2006).

Produk-produk halal bukan sahaja mendapat permintaan daripada Muslim, malah produk halal juga sentiasa menjadi pilihan dan pembelian pengguna bukan Muslim. Ini dapat dibuktikan apabila perkara ini dijelaskan beberapa kali di *World Halal Conference* 2016 tentang peratus permintaan yang mendadak naik daripada golongan

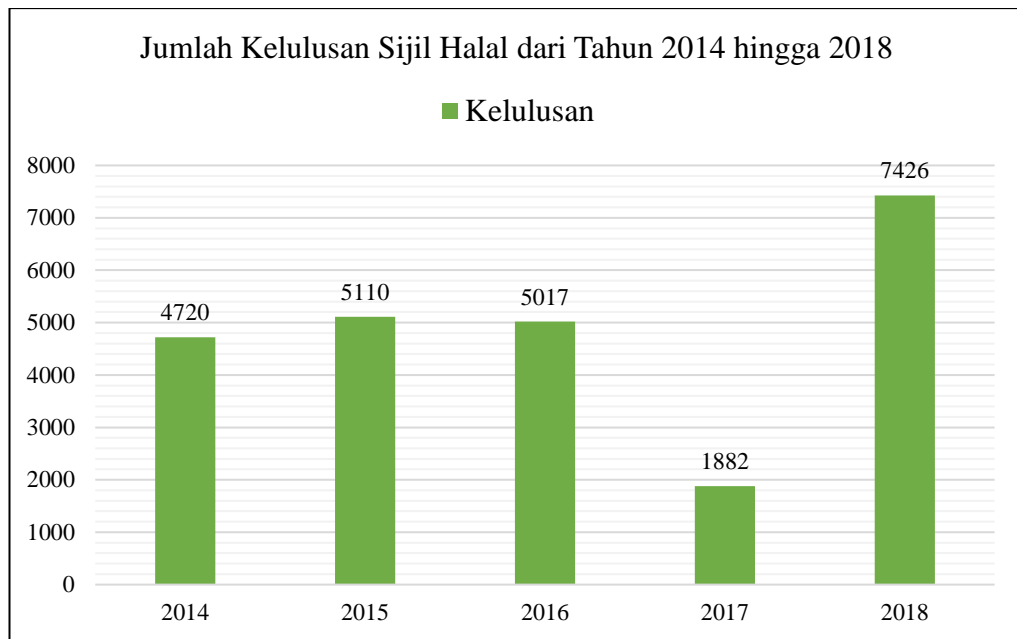
tersebut (Rubber, 2016). Hal ini jelas menunjukkan produk dan barangan halal tidak semata untuk memenuhi kehendak pengguna Muslim dalam menuruti syariat Islam malahan produk dan barangan halal telah menjadi pilihan utama pengguna bukan Muslim.

Untuk memastikan keperluan dan permintaan terhadap barangan dan produk halal ini dipenuhi, sebuah badan iaitu JAKIM telah ditubuhkan. Permulaan kepada penubuhan badan yang bertanggungjawab dalam hal persijilan halal adalah bermula pada tanggal 17 November 2005. Pada tarikh tersebut sebuah badan iaitu Jabatan Perkhidmatan Awam Malaysia telah memberi kelulusan untuk menubuhkan sebuah badan khusus iaitu Bahagian Hab Halal di JAKIM. Badan khas ini bertanggungjawab dalam menjaga persijilan halal. Namun, pada tarikh 2 April 2008, pengurusan pensijilan halal telah diambil alih sementara oleh *Halal Industry Development Corporation* (HDC). Walau bagaimanapun, pada 8 Julai 2009 mesyuarat Jemaah Menteri telah memutuskan pengurusan pensijilan halal dalam dan luar negara Malaysia dikembalikan ke bawah seliaan JAKIM. Sejak itu, pelbagai usaha dan inisiatif yang telah dilakukan oleh JAKIM untuk menjadikan Malaysia sebagai hab halal dan rujukan kepada negara-negara luar berkenaan dengan industri halal.

Kepentingan konsep *ḥalālān ṭayyibān* dan kesedaran yang tinggi dari kalangan pengguna Milenial Muslim terhadap konsep *ḥalālān ṭayyibān* telah menyebabkan pengusaha-pengusaha perniagaan dari pelbagai sektor terutamanya daripada sektor industri makanan berusaha untuk mendapatkan persijilan halal. Hal ini kerana, kelebihan mendapatkan persijilan halal yang sah dapat meyakinkan pengguna tentang produk dan barangan yang dihasilkan telah mengikut standard piawaian yang

ditetapkan oleh JAKIM iaitu piawaian MS1500:2004 iaitu Makanan Halal-Pengeluaran, Penyediaan, Pengurusan dan Penstoran-Panduan Umum yang menitik beratkan konsep *ḥalālān ṭayyiban*.

Laporan Berita Harian (2018) melaporkan sebanyak 7,426 persijilan halal telah diluluskan oleh JAKIM. Persijilan halal yang telah berjaya diluluskan tersebut merangkumi tujuh skim iaitu produk makanan dan minuman, barang gunaan, premis makanan, rumah sembelih, logistik, farmaseutikal, kosmetik dan dandanan diri. Peningkatan jumlah kelulusan persijilan halal ini juga dibantu oleh dengan pengenalan kepada program Inisiatif Segera Persijilan Halal Malaysia (ISPHM). IPSHM ini diperkenalkan bertujuan untuk menambah baik dan melancarkan proses pengeluaran sijil halal yang meliputi dua fasa iaitu fasa pertama pada 1 Ogos 2016 dan fasa kedua pada 21 Julai 2017 (Laporan Tahunan JAKIM, 2017). Peningkatan jumlah kelulusan persijilan halal ini dapat dilihat pada Rajah 1.1 berikut.



Rajah 1.1 : Taburan Kelulusan Sijil Halal Malaysia
Sumber: Diolah Berdasarkan Laporan Tahunan JAKIM (2017) dan Laporan Akhbar Berita Harian (2018)

Berdasarkan Rajah 1.1 dilihat peningkatan jumlah kelulusan persijilan halal oleh JAKIM meningkat saban tahun iaitu pada tahun 2014 (4,720 sijil), tahun 2015 (5,110 sijil), tahun 2016 (5,017 sijil), tahun 2017 (1,882 sijil) dan tahun 2018 (7,426 sijil). Selain daripada usaha untuk melancarkan proses pengeluaran sijil halal, sebuah konsep iaitu konsep halal dan konsep *ḥalālān ṭayyiban* telah diperkenalkan. Rezai, Zainalabidin Mohamed, Shamsudin Md Nasir dan Chew (2010) berpendapat konsep halal sering dijadikan sebagai sebuah standard pilihan makanan bagi pengguna Muslim dan juga bukan Muslim. Hal ini kerana konsep halal dikatakan amat mementingkan elemen-elemen seperti kesihatan, keselamatan dan kebersihan yang terdapat pada sesebuah hidangan. Seharusnya, pengguna Muslim harus terlebih dahulu perlu memahami definisi dan konsep *ḥalālān ṭayyiban* sebaiknya supaya pengguna mendapat penjelasan yang jelas berkenaan dengan makanan yang mengamalkan konsep *ḥalālān ṭayyiban*.

Menurut Sabaianah Bachok, Maaruf Abdul Ghani, Chemah Tamby Chik, Maria Mohd Salleh, Noradzhar Baba dan Aslinda Mohd Sharil (2017), konsep *ḥalālān ṭayyibān* merupakan sebuah konsep yang diperkenalkan oleh Islam dalam memberi jaminan terhadap kualiti makanan yang dihasilkan. Menurutnya lagi, konsep *ḥalālān ṭayyibān* ini saling berkaitan dengan beberapa konsep lain seperti konsep makanan dan pemakanan dan konsep kebersihan dan kesihatan. Sabaianah Bachok et. al (2017) turut beranggapan konsep-konsep ini saling lengkap melengkapi di antara satu sama lain.

Sazelin Arif dan Ahmad Ridzwan (2011) berpendapat konsep *ḥalālān ṭayyibān* merupakan sebuah konsep yang merangkumi semua kebaikan dari sebuah makanan kepada manusia yang meliputi aspek rohani dan fizikal. Dalam erti kata lain, makanan *ḥalālān ṭayyibān* bukan sahaja makanan yang disahkan halal tetapi juga mampu memberi manfaat kepada badan manusia. Sazelin Arif (2012) berpendapat konsep ini meliputi dari proses penyediaan sesebuah barangan sehingga produk tersebut sampai ke tangan pengguna.

Menurut Hassan Ahmad (2018), keselamatan makanan turut memainkan peranan yang penting dalam memenuhi konsep *ṭayyibān*. Maka, untuk memastikan aspek ini diambil kira, Malaysia telah mendefinisikan makanan halal berdasarkan standard piawaian MS1500:2009. Berdasarkan standard tersebut, makanan atau produk yang dikhuatiri boleh memberi kemudaratan tidak akan mendapat pengesahan halal berdasarkan standard Malaysia.

Justeru, untuk memastikan konsep *ḥalālān ṭayyibān* ini di praktis, beberapa konsep atau sistem telah diperkenalkan kepada pengeluar antaranya ialah Amalan Pengilangan

Islam (*Islamic Manufacturing Practice, IMP*), Sistem Jaminan Halal (*Halal Assurance System, HAS*), Amalan Pengilangan yang Baik (*Good Manufacturing Practices, GMP*) dan Analisis Bahaya dan Pengendalian Titik Kritis (*Hazard Analysis Critical Control Point, HACCP*). Sistem-sistem ini adalah antara sistem yang diketengahkan dan diaplikasikan oleh pengeluar dalam memastikan produk-produk yang dihasilkan lebih berkualiti dan bersih selaras dalam memenuhi kehendak pengguna. Menurut Elistina Abu Bakar, Nashqilla Norlee Rosslee, Afida Mastura Muhammad Arif, Mohhidin Othman, dan Puziah Hashim (2017), sistem Analisis Bahaya dan Pengendalian Titik Kritis (*Hazard Analysis Critical Control Point, HACCP*) diperkenalkan bertujuan untuk memastikan keperluan konsep *ḥalālān ṭayyiban* ini amat dititikberatkan di Malaysia. Ini dapat dibuktikan dengan kenyataan yang disampaikan di *World Halal Forum* (2009) yang mendapati bahawa pengguna Muslim sering memastikan produk-produk yang dihasilkan haruslah mengikut syariat Islam serta *ṭayyib* iaitu bersih dan baik.

Untuk memantapkan lagi kesedaran dan kepentingan mengamalkan konsep *ḥalālān ṭayyiban* dalam kehidupan, beberapa inisiatif telah dianjurkan beberapa pihak. Pihak-pihak yang bertanggungjawab dalam menyebarkan kepentingan konsep ini adalah seperti Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM), Jabatan Agama Islam Negeri (JAIN), *Halal Industry Development Corporation* (HDC), Institut Keusahawanan Negara (INSKEN), Institut Kefahaman Islam Malaysia (IKIM), *Penang International Halal Hub* (PIHH), Institut Penyelidikan Produk Halal Universiti Putra Malaysia (IPPH), Pusat Kecemerlangan Halal Universiti Sains Islam Malaysia (IHRAM), Institut Penyelidikan dan Pengurusan Halal (IPPH), dan *International Institute for Halal Research and Training* (INHART).

Beberapa program telah dianjurkan yang bertujuan untuk meningkatkan kesedaran pengguna berkenaan dengan konsep *ḥalālān ṭayyiban*. Antara program yang telah dilakukan adalah Program *Go-Halal*. Program *Go-Halal* merupakan salah satu program yang dianjurkan oleh HDC yang bertujuan untuk memberi kesedaran dan kepentingan mengamalkan gaya hidup yang berlandaskan konsep *ḥalālān ṭayyiban*. Mengetahui akan rendahnya kesedaran halal dalam kalangan pengguna yang berpunca daripada kurangnya pendedahan pengguna terhadap konsep *ḥalālān ṭayyiban* yang sebenar telah meyakinkan HDC untuk lebih banyak menganjurkan program-program berunsurkan gaya hidup halal. Tambahan lagi, program yang dijalankan oleh HDC ini juga bersifat mesra generasi kerana program ini tertumpu kepada semua lapisan masyarakat daripada peringkat permulaan persekolahan sehingga ke peringkat dewasa.

Program lain yang turut dilakukan untuk meningkatkan kesedaran pengguna Muslim terhadap konsep *ḥalālān ṭayyiban* ialah Konvensyen Kepenggunaan Halal Peringkat Kebangsaan 2017. Konvensyen yang dianjurkan oleh Institut Latihan Islam Malaysia (ILIM) dengan kerjasama JAKIM bertujuan untuk memberi kesedaran kepada masyarakat Islam khususnya pengguna Muslim terhadap penerapan amalan kebersihan dan kesihatan yang selaras dengan Prinsip *Ḥalālān ṭayyiban*. Program yang dijalankan ini turut menekankan isu hak-hak pengguna Muslim dan penjelasan isu semasa berkenaan dengan isu halal di Malaysia.

Islam terlebih dahulu telah menggalakkan umatnya untuk mencari makanan yang bukan sahaja halal, tetapi baik. Beberapa surah dalam al-Quran telah digariskan untuk menekankan kepentingan mendapatkan makanan yang berasaskan konsep *ḥalālān ṭayyiban*. Secara khususnya, halal berasal daripada kata nama bahasa Arab

mempunyai kata dasarnya tersendiri iaitu *halla, yahillu, hillan* (Abdul Aziz et al., 1997). Menurut Yusuf al-Qardawiy (2015), halal dari segi istilah bermaksud perkara yang diharuskan (dibolehkan) yang terlepas daripada sebarang ikatan ancaman dari melakukannya dan syariat Allah memberi keizinan untuk melakukannya. Menurut al-Ghazali (2015) dan Yusuf al-Qardawiy (2015), halal merangkumi semua sumber utama makanan manusia sama ada daripada haiwan, tumbuhan, bahan semula jadi, bahan kimia dan mikroorganisma.

Menurut Ramly Said (1991), makan makanan halal adalah dengan mengambil makanan yang memberikan kebaikan kepada kesihatan. Hal ini dapat dilihat dengan merujuk kepada firman Allah SWT berikut:

“Wahai orang-orang beriman! Makanlah daripada benda-benda yang baik (yang halal) yang Kami berikan kepada kamu, dan bersyukurlah kepada Allah SWT, sekiranya kamu hanya menyembah kepada-Nya”

(al-Baqarat, 2:172)

Ayat daripada surah *al-Baqarat* tersebut menjelaskan bahawa Allah SWT memerintah umat Islam untuk mengambil dan memilih makanan yang bersifat baik dan segar. Menurut Danial Zainal Abidin (2003), makanan yang baik adalah makanan yang asal zatnya, susunan komposisinya, cara memasak, menghidangkannya dan cara mendapatkan makanan tersebut adalah dengan cara yang halal.

Menurut Harlida Abdul Wahab dan Alias Azhar (2014), makanan halal pula definisikan sebagai makanan yang halal dari segi syarak iaitu makanan yang bersih zatnya, kaedah perolehannya yang suci, dan bebas daripada sebarang kemudharatan

yang menjamin terhadap konsep *ḥalālān ṭayyiban*. Dalam al-Quran, halal sering digandingkan bersama dengan *ṭayyib*. Muslim disarankan bukan sahaja mengambil makanan dan produk-produk yang disahkan halal, malah juga harus bersifat sihat dan baik. Menurut Ibnu Kathir (2005), perkataan *ṭayyib* membawa maksud baik, bermanfaat dan elok dari segi tabiat dan mengikut syarak. Terdapat empat surah di dalam al-Quran seperti *al-Baqarat* (2:168), *al-Maidah* (5:88), *an-Nahl* (16:114) dan *an-Anfal* (8:69) menjelaskan tentang pemilihan produk dan makanan haruslah merangkumi sifat halal dan *ṭayyib*. Hal ini dapat dijelaskan lagi berdasarkan firman Allah SWT yang bermaksud:

“Wahai sekalian manusia! Makanlah dari 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”

(al-Baqarat 2:168)

Ayat daripada surah *al-Baqarat* tersebut jelas memerintahkan manusia untuk mengambil makanan dan minuman bukan sahaja halal, malah perlu bersifat *ṭayyib*. Menurut Kasmarini Baharuddin, Norliya Ahmad Kassim, Siti Kahiriyah Nordin dan Siti Zahrah Buyong (2015), *ḥalālān ṭayyiban* bermaksud bersih, suci, segar yang melambangkan simbol kesepaduan kepada aspek kebersihan, keselamatan, dan kualiti yang terkandung dalam sesebuah makanan. Tambahan, Abu Bakar Abdul Hamid, Mohamed Syazwan Abdul Talib dan Nazliwati Mohamad (2014) menyatakan bahawa konsep *ḥalālān ṭayyiban* amat menitikberatkan kepelbagaian elemen yang terdapat pada rangkaian bekalan makanan.

Menurut Anas Mohd Yunus, Wan Mohd Yusof Wan Chik dan Mahani Mohamad (2010), *ṭayyib* melambangkan kualiti standard kepada sesuatu produk atau barangan. Menurutnya lagi, makanan yang baik dan suci boleh dibahagikan kepada dua kategori; kategori pertama ialah baik dan suci dalam kualiti dan kategori kedua ialah baik dan suci kerana halal. Dengan ini, ciri-ciri *ṭayyib* yang dapat dirumuskan meliputi perkara yang menitikberatkan bersih, segar, suci dan semula jadi.

Melihat kepada permintaan dan rentetan perkembangan yang pesat dalam makanan dan produk halal serta pembangunan industri halal di Malaysia, terlihat terdapat beberapa isu timbul yang membawa kepada kajian ini dilakukan. Dengan demikian, isu dan pernyataan masalah kepada kajian dijelaskan dengan terperinci di bahagian seterusnya.

1.3 PERNYATAAN MASALAH

Malaysia adalah sebuah negara yang diiktiraf dengan hab halalnya dan sentiasa menjadi rujukan bagi negara lain dalam aspek pengurusan dan pembangunan industri halal (Widodo, 2013). Sektor produk dan perkhidmatan halal merupakan antara penyumbang terbesar kepada kemajuan ekonomi Malaysia. Ekoran dengan potensi ekonomi yang luas dalam industri halal, Kerajaan Negeri Pulau Pinang telah membangunkan hab halalnya tersendiri iaitu Penang International Halal Hab (PIHH) dalam menguruskan pembangunan dan pengembangan industri halal di Pulau Pinang.

Kajian ini secara terperinci meneliti pengguna Milenial Muslim yang menetap di Pulau Pinang terhadap keperluan makanan *ḥalālān ṭayyīban*. Menurut Lin (2018), peratus pengguna generasi Milenial meliputi sebanyak 29% daripada jumlah keseluruhan populasi di Malaysia. Pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang dipilih berdasarkan kepada beberapa sebab. Pertama, pengguna Muslim di Pulau Pinang telah mendapat pendedahan tentang kepentingan untuk mengamalkan gaya hidup halal dan kepentingan konsep *ḥalālān ṭayyīban* dalam kehidupan. Pendedahan ini dilakukan melalui kerjasama yang dilakukan di antara PIHH dan Penang International Halal Exhibition and Conference (PIHEC). Kerjasama ini dapat dilihat melalui penganjuran program-program kesedaran halal, persidangan tahunan oleh Penang International Halal Exhibition and Conference (PIHEC), expo dan pelbagai lagi. Kedua, negeri Pulau Pinang tersendiri mempunyai satu badan berautoriti iaitu Penang International Halal Hub (PIHH) yang dipertanggungjawabkan dalam hal berkaitan dengan isu halal dan pembangunan hal halal antarabangsa. Dengan ini, Pulau Pinang mempunyai pentadbiran yang khusus dalam menangani isu halal dan ini menunjukkan bahawa negeri Pulau Pinang amat prihatin dengan perkara-perkara yang melibatkan pembangunan halal.

Perkembangan dan peningkatan ekonomi industri halal di Malaysia turut dipengaruhi oleh permintaan keperluan yang tinggi dalam kalangan pengguna khususnya pengguna

Islam. Menurut Ahlam (2015), perubahan dan peningkatan ini disebabkan oleh dua perkara iaitu peningkatan jumlah umat Islam sedunia dan peningkatan kesedaran dalam generasi muda iaitu generasi Milenial sekarang.

Sejak kebelakangan ini, generasi Milenial dilihat mempunyai peranan yang penting khususnya dalam kajian halal kerana generasi ini dikatakan mempunyai pemikiran, sifat, tingkah laku dan penilaian yang berbeza berbanding generasi lain terhadap sesebuah perkara (Hoyer & Macinnis, 2010). Spesifiknya, generasi ini menjadi tumpuan kajian adalah kerana sifat-sifat khas yang terkandung dalam generasi ini iaitu generasi yang mahir dalam penggunaan teknologi terkini, menjadi pencetus kepada sesebuah trend dan mempunyai pendirian yang tersendiri dalam sesuatu hal (Muslihati, 2020). Hal ini dapat dilihat apabila generasi Milenial ini mementingkan konsep *ḥalālān ṭayyiban* yang diterapkan dalam industri makanan (Lokhman Hakim Osman & Riadhus Solehah Aziz, 2018). Menurut Lokhman Hakim Osman dan Riadhus Soleh Aziz (2018), generasi Milenial Muslim ini dilihat amat menitik beratkan aktiviti pemprosesan dan rantaian bekalan makanan yang berasaskan kepada konsep *ḥalālān ṭayyiban* oleh pengeluar makanan. Sebagai seorang Islam, penekanan kepada keperluan mendapatkan makanan yang halal dan *ṭayyib* adalah penting. Hal ini dapat dilihat dalam al-Quran yang mana Allah SWT telah berfirman dalam surah *al-Baqarat* (2:57,168,172), *al-Ma'idah* (5:4,88), *al-Anfal* (8:69) dan *an-Nahl* (16:44,72) yang

merujuk kepada manusia untuk sentiasa memastikan makanan yang diambil haruslah menepati konsep *ḥalālān ṭayyiban*. Penekanan untuk memilih makanan yang disarankan oleh Islam seharusnya mementingkan aspek halal, suci, bersih dan tidak mengandungi bahan-bahan terlarang atau haram (Saadan Man & Zainal Abidin Yahya, 2014). Oleh itu, dengan rasa tanggungjawab kepada agama, generasi Milenial Muslim ini sentiasa berhati-berhati dalam membuat pemilihan makanan.

Selain itu, peranan generasi Milenial dalam masyarakat adalah penting adalah kerana gaya hidup generasi Milenial ini sedikit berbeza berbanding generasi lain. Menurut Mohd Nasir Mohd Desa, Marmaya dan Zakaria (2019), didikan ibu bapa dan faktor persekitaran telah memberi pengaruh yang besar kepada pembentukan peribadi dan gaya hidup generasi Milenial kini. Untuk itu, kajian khas harus dilakukan dalam generasi ini khususnya dalam aspek pemakanan halal kerana kajian-kajian dari generasi berbeza tidak wajar untuk di generalisasikan kepada generasi Milenial berdasarkan kepada keunikan dalam bertingkah laku dan penentuan keputusan dalam aspek pemilihan pengguna generasi Milenial (Mohd Nasir Mohd Desa, Marmaya & Zakaria, 2019). Kepentingan kajian dilakukan kepada generasi Milenial Muslim ini turut ditekankan oleh Johnson (2011) yang menjelaskan bahawa generasi Milenial adalah generasi yang mendominasi keseluruhan populasi pengguna. Oleh itu, sumbangan generasi Milenial ini adalah besar dalam aspek kepenggunaan dan

memajukan industri halal di Malaysia. Dengan perkembangan industri halal di Malaysia, dilihat permintaan yang tinggi turut sama menyumbang kepada perkembangan industri halal.

Berdasarkan kepada perkembangan industri halal, keunikan bertingkah laku generasi Milenial dan penekanan kepada konsep *ḥalālān ṭayyiban* dalam Islam ini, timbul persoalan apakah faktor-faktor yang menyebabkan peningkatan permintaan dalam makanan yang berasaskan konsep *ḥalālān ṭayyiban* dalam kalangan pengguna Milenial Muslim? Adakah faktor demografi mempengaruhi pemilihan makanan *ḥalālān ṭayyiban* pengguna Milenial Muslim? Adakah elemen kefahaman mempengaruhi pemilihan pengguna Milenial Muslim dalam makanan *ḥalālān ṭayyiban*? Kefahaman yang mendalam terhadap konsep *ḥalālān ṭayyiban* dapat meningkatkan pengetahuan pengguna Muslim terhadap makanan *ḥalālān ṭayyiban*. Adakah kualiti makanan menjadi pengukur kepada pengguna Milenial Muslim dalam pemilihan makanan *ḥalālān ṭayyiban*? Pengukuran kualiti makanan bagaimanakah yang dijadikan sandaran oleh pengguna Muslim masa kini?

Adakah kesihatan diri menjadi salah satu penggalak kepada Milenial Muslim untuk berhati-hati dalam membuat pemilihan makanan harian? Kepentingan pengambilan

makanan yang seimbang mendorong pengguna Milenial Muslim untuk membuat pemilihan makanan harian mereka.

Elemen tabiat banyak dijadikan sandaran dalam menjadi faktor yang mempengaruhi pengguna dalam aspek kepenggunaan halal. Elemen tabiat ini dirasakan penting dalam menilai kecenderungan pengguna dalam aspek pemilihan khususnya (Sang-Hyeop, Kong-Check & Kai-Sean, 2016). Walau bagaimanapun, bagaimanakah elemen tabiat ini bertindak dalam mempengaruhi pengguna Milenial Muslim dalam aspek pemilihan makanan *ḥalālān ṭayyiban* pula?

Seterusnya, dapatan kajian terdahulu menunjukkan faktor sikap sentiasa dijadikan faktor yang cenderung dalam mempengaruhi pengguna dalam aspek pemilihan makanan. Namun begitu, hasil penelitian Aiedah Abdul Khalek (2014), sikap pengguna generasi muda terhadap keperluan pemilihan makanan masih samar dan tidak jelas. Hal ini berlaku berkemungkinan kerana pengaruh-pengaruh luar yang menjejaskan sikap pengguna dalam aspek pemilihan. Oleh itu, timbul satu persoalan adakah pengguna Milenial Muslim masih memilih makanan mengikut saranan syariat Islam?

Perkembangan dalam industri halal juga turut mempengaruhi pengembangan kajian dalam aspek halal khususnya dari perspektif pengguna Muslim. Kajian-kajian

terdahulu telah banyak dilakukan dengan bersandarkan kepada teori-teori lazim seperti teori tingkah laku beralasan (TRA) dan teori tingkah laku terancang (TPB) dan Teori Keperluan Maslow. Sebahagian kajian tersebut adalah seperti kajian yang dilakukan oleh Mehkar Sherwani, Afzaal Ali, Adnan Ali, Sikandar Hussain dan Habib Gul (2018), Aiedah Abdul Khalek, Sharifah Hayaati Syed Ismail dan Hairunnisa Mohd Ibrahim (2015), Nur Riza Mohd Suradi, Nur Atiqah Alias, Zalina Mohd Ali dan Norkisme Zainal Abidin (2015), Mohd Desa, Marmaya dan Zakaria (2019) dan sebagainya. Teori-teori lazim ini telah digunakan khusus untuk mengkaji tingkah laku manusia. Walau pun begitu, teori-teori lazim ini mengangkat kepuasan diri dan tidak mengutamakan aspek rohani dalam mengukur tingkah laku manusia. Hal ini bertentangan dengan Islam yang mana Islam mengutamakan aspek rohani dalam mengkaji sesuatu. Oleh itu, tiada satu model khusus yang boleh digunakan dalam mengkaji kepenggunaan pengguna Muslim dalam aspek pemilihan makanan *ḥalāl*an *ṭayyiban*.

Melihat kepada kepentingan itu, maka kajian ini telah dilakukan untuk mengetahui apakah yang mempengaruhi pengguna Milenial Muslim untuk mendapatkan makanan *ḥalāl*an *ṭayyiban* dalam kehidupan seharian. Dengan tuntutan Islam yang menyeru umatnya untuk memilih makanan yang berasaskan konsep *ḥalāl*an *ṭayyiban*, apakah pengukuran pengguna Milenial Muslim masa kini dalam membuat keputusan terhadap

pemilihan keperluan makanan *ḥalālān ṭayyiban* tersebut? Apakah faktor–faktor yang dikenal pasti berupaya menjadi pendorong kepada pengguna Milenial Muslim untuk mengambil makanan *ḥalālān ṭayyiban*? Oleh itu, berdasarkan isu dan persoalan inilah maka, kajian ini dilakukan. Kajian ini diharap dapat menghasilkan satu rumusan berkaitan faktor–faktor penentu pemilihan makanan *ḥalālān ṭayyiban* dalam kalangan pengguna Milenial Muslim di Malaysia.

1.4 OBJEKTIF KAJIAN

Objektif umum bagi kajian ini adalah untuk meneliti dan menganalisis faktor-faktor penentu pemilihan dalam makanan *ḥalālān ṭayyiban* dalam kalangan pengguna Milenial Muslim di Malaysia. Objektif khusus yang dapat dikenal pasti adalah seperti berikut:

- i) Mengenal pasti faktor-faktor penentu pemilihan yang mempengaruhi pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang dalam keperluan makanan *ḥalālān ṭayyiban*
- ii) Menganalisis kesan perantaraan sikap dalam hubungan antara faktor-faktor penentu pemilihan yang mempengaruhi pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang dalam keperluan makanan *ḥalālān ṭayyiban*
- iii) Merumuskan faktor-faktor penentu pemilihan yang mempengaruhi pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang dalam keperluan makanan *ḥalālān ṭayyiban* dari perspektif Islam

1.5 PERSOALAN KAJIAN

Bagi memastikan kajian ini mencapai objektif yang ditetapkan, penyelidik membentuk beberapa persoalan kajian seperti yang berikut:

- i) Apakah faktor-faktor penentu pemilihan yang mendorong pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang terhadap keperluan makanan *ḥalālān ṭayyiban*?
- ii) Apakah sikap mendorong pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang dalam keperluan makanan *ḥalālān ṭayyiban*?
- iii) Apakah terdapat perbezaan demografi dalam penentuan pemilihan keperluan makanan *ḥalālān ṭayyiban*?
- iv) Bagaimanakah kesan perantaraan sikap terhadap keperluan makanan *ḥalālān ṭayyiban* dalam kalangan pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang?
- v) Bagaimanakah faktor-faktor penentu pemilihan yang boleh mempengaruhi pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang terhadap keperluan makanan *ḥalālān ṭayyiban*?

Bagi menjelaskan lagi objektif dan persoalan kajian, kedua-dua perkara ini dirumuskan dalam bentuk Jadual 1.1.

Jadual 1.1 : Ringkasan Objektif Kajian dan Persoalan Kajian

Objektif Kajian	Persoalan Kajian
i. Mengenal pasti faktor-faktor penentu pemilihan yang mempengaruhi pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang dalam keperluan makanan <i>halālan ṭayyiban</i> .	i. Apakah faktor-faktor penentu pemilihan yang mendorong pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang terhadap keperluan makanan <i>halālan ṭayyiban</i> ? ii. Apakah sikap mendorong pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang dalam keperluan makanan <i>halālan ṭayyiban</i> ? iii. Apakah terdapat perbezaan demografi dalam penentuan pemilihan keperluan makanan <i>halālan ṭayyiban</i> ?
ii. Menganalisis kesan perantaraan sikap dalam hubungan antara faktor-faktor penentu pemilihan yang mempengaruhi pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang dalam keperluan makanan <i>halālan ṭayyiban</i> .	iv. Bagaimanakah kesan perantaraan sikap terhadap keperluan makanan <i>halālan ṭayyiban</i> dalam kalangan pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang?
iii. Merumuskan faktor-faktor penentu pemilihan yang mempengaruhi pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang terhadap keperluan makanan <i>halālan ṭayyiban</i> .	v. Bagaimanakah faktor-faktor penentu pemilihan yang boleh mempengaruhi pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang terhadap keperluan makanan <i>halālan ṭayyiban</i> ?

Jadual 1.1 menunjukkan bahawa terdapat tiga objektif kajian dan lima persoalan yang perlu dijawab. Untuk mencapai objektif pertama kajian, terdapat tiga persoalan yang perlu dijawab iaitu persoalan pertama, kedua dan ketiga. Seterusnya, untuk mencapai objektif yang kedua, terdapat satu persoalan kajian yang perlu dijawab iaitu persoalan keempat dan untuk mencapai objektif kajian ketiga pula satu persoalan kajian yang perlu dijawab iaitu persoalan yang kelima.

1.6 DEFINISI OPERASIONAL KAJIAN

Definisi operasional dilakukan bertujuan menjelaskan kata kunci yang berkaitan dengan kajian. Hal ini bertujuan untuk mengelakkan kesalahan kefahaman terhadap isi kajian yang dijalankan. Kata kunci yang paling utama dalam kajian ini ialah faktor-

faktor penentu pemilihan, makanan *ḥalālān ṭayyiban* dan pengguna Milenial Muslim Pulau Pinang.

1.6.1 Faktor-Faktor Penentu Pemilihan

Kajian ini mengkaji tentang faktor-faktor penentu pemilihan makanan *ḥalālān ṭayyiban*. Kajian ini ingin melihat faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna Milenial Muslim dalam keperluan makanan *ḥalālān ṭayyiban*. Oleh itu, kajian ini telah mengetengahkan lima faktor penentu pemilihan yang berupaya mempengaruhi pengguna Milenial Muslim di Pulau Pinang terhadap makanan *ḥalālān ṭayyiban* dalam tujuan memenuhi keperluan kehidupan. Empat faktor penentu pemilihan yang terdiri daripada kefahaman halal, kefahaman *ṭayyib*, kesihatan diri dan kualiti makanan telah diadaptasi daripada kajian-kajian lepas. Oleh itu, item-item soalan faktor-faktor tersebut telah diadaptasi daripada kajian-kajian lepas seperti kefahaman halal (Sutono, 2015), kefahaman *ṭayyib* (Sutono, 2015), kesihatan diri (Sela Ovina Santoso, Azalia Janeta & Monika Kristanti, 2018), kualiti makanan (Yuhanis Abdul Aziz & Nyen Vui Chok, 2013) dan keperluan makanan *ḥalālān ṭayyiban* (Tarkiainen & Sundquist, 2005; Shaari & Ariffin, 2010) manakala konstruk tabiat pemakanan (Honkanen, Olse & Verplanken, 2005) sahaja yang dibangunkan oleh penyelidik dengan merujuk kepada beberapa kajian lepas.

Seterusnya, kajian ini telah meletakkan sikap sebagai faktor mediator untuk melihat hubungan pengantaraan di antara faktor-faktor penentu pemilihan dengan keperluan untuk memilih makanan *ḥalālān ṭayyiban*. Faktor sikap didapati menjadi salah satu faktor terpenting dalam memainkan peranan untuk membuat pemilihan dalam

mendapatkan makanan dan produk halal. Sikap dikatakan mampu membawa kepada keperluan untuk membuat pemilihan dalam makanan halal dan seterusnya mampu melahirkan generasi Muslim yang beriman dan bertakwa (Nor Aini Idris & Mohd Ali Mohd Noor, 2013). Oleh itu, item konstruk sikap diadaptasi dari kajian (Lada et al., 2009; Abdul Aziz et al., 2010; Nor Aini Idris & Mohd Ali Mohd Noor, 2013; Sutono, 2015).

1.6.2 Makanan *Ḥalālan Ṭayyiban*

Terdapat pelbagai pendefinisian terhadap makna makanan *ḥalālan ṭayyiban*. Oleh itu, bahagian ini akan merumuskan satu definisi khusus makanan *ḥalālan ṭayyiban* yang akan digunakan dalam kajian ini.

Menurut Yusuf al-Qardawiy (2015), halal adalah sesuatu perkara yang dibolehkan atau diharuskan. Secara ringkas, halal adalah sebuah perbuatan yang dibenarkan oleh syarak (Yusuf al-Qardawiy, 2015). Saadan Man dan Zainal Abidin Yahya (2014) mendefinisikan halal sebagai sebuah konsep yang memberi kesejahteraan kepada manusia di dunia dan merupakan satu ketetapan Allah SWT kepada umat manusia dengan tujuan untuk menjaga fizikal dan spiritual manusia. Tambahnya lagi, konsep halal bukan hanya terbatas kepada aspek makanan sahaja, namun konsep halal turut sama harus diamalkan dalam segala hal kehidupan seiring dengan konsep *ḥalālan ṭayyiban* (Saadan Man & Zainal Abidin Yahya, 2014).

Siti Norlina Muhammad et al. (2019) mendefinisikan halal sebagai sesuatu yang dianggap suci dan dibenarkan oleh syarak manakala *ṭayyiban* pula dikelaskan sebagai aspek yang meliputi kualiti dan integriti. Menurut Abdul Aziz Dahlan et al. (1997),