MUSYTARI
ISSN : 3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 17 No. 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

# ANALISIS KAP (KNOWLEDGE, ATTITUDE, AND PRACTICE) TERHADAP KONSUMSI MAKANAN HALAL: STUDI KASUS PADA TAKMIR MASJID DI INDONESIA

**Muhammad Yusuf[1], Cupian[2]**
[1,2]Ekonomi Islam, Universitas Padjadjaran
**Email:** muhammad21116@mail.unpad.ac.id[1], cupian@unpad.ac.id[2]

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, sikap, dan praktik takmir masjid terhadap konsumsi makanan halal di Indonesia. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS), penelitian ini mengolah data sekunder dari Survei Pendayagunaan Masjid dan Dakwah Ekonomi Islam (FoSSEI, 2020) yang mencakup 540 masjid di 25 provinsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan takmir tentang kewajiban mengonsumsi makanan halal, maka semakin positif pula sikap mereka terhadap pentingnya makanan halal, yang menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh besar terhadap sikap. Namun demikian, pengetahuan hanya memberikan dampak kecil terhadap praktik nyata seperti keterlibatan dalam edukasi halal di masjid. Sementara itu, sikap takmir yang positif terhadap makanan halal ternyata tidak otomatis mendorong praktik yang sesuai. Hasil ini mengungkapkan bahwa pemahaman dan sikap yang baik belum cukup untuk mendorong tindakan tanpa dukungan sistem, regulasi, dan fasilitas lingkungan masjid itu sendiri.

***Kata kunci*:** Pengetahuan, Sikap, Praktik, Makanan Halal, Takmir Masjid.

***Abstract***

*This study aims to analyze the influence of the knowledge, attitudes and practices of mosque administrators (takmir) on halal food consumption in Indonesia. Utilising a quantitative approach with the Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) method, this study employs secondary data from the Mosque Empowerment and Islamic Economic Da'wah Survey (FoSSEI, 2020), encompassing 540 mosques across 25 provinces. The findings of the study indicate a positive correlation between the level of knowledge regarding the obligation to consume halal food and the attitude towards its importance among the takmir. This suggests a significant impact of knowledge on attitude. However, the correlation between knowledge and actual practices, such as participation in halal education activities at the mosque, is negligible. Furthermore, a positive attitude towards halal food does not necessarily guarantee consistent practice. The findings of this study indicate that a combination of understanding and attitude is insufficient to drive action without systemic support, regulations, and adequate facilities within the mosque environment.*

***Keywords**: knowledge, attitude, practice, halal food and mosque administrators.*

**Article history**
Received: Mei 2025
Reviewed: Mei 2025
Published: Mei 2025

Plagirism checker no 883
Doi : prefix doi : 10.8734/musytari.v1i2.359
**Copyright : author**
**Publish by : musytari**

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 17 No. 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

## LATAR BELAKANG

Masjid merupakan institusi sentral dalam sejarah peradaban Islam. Perannya tidak hanya terbatas sebagai tempat ibadah, tetapi juga mencakup fungsi sosial, pendidikan, politik, dan ekonomi (Tamuri et al., 2021; Bazli Md Radzi et al., 2024). Sejak hijrah Nabi Muhammad SAW ke Quba dan Madinah, pembangunan masjid menjadi prioritas utama, menandakan urgensi masjid sebagai fondasi masyarakat Islam yang inklusif dan berdaya.

Di Indonesia, perkembangan masjid sangat pesat. Berdasarkan data Kementerian Agama RI (2020), terdapat 272.483 masjid yang tersebar di 34 provinsi. Provinsi dengan jumlah masjid terbanyak adalah Jawa Barat (54.279 masjid), diikuti Jawa Tengah (48.586 masjid) dan Jawa Timur (45.535 masjid). Sebaliknya, provinsi seperti Bali dan Papua memiliki jumlah yang relatif sedikit, masing-masing 248 dan 230 masjid. Data ini menunjukkan bahwa masjid tidak hanya menjadi pusat spiritual umat Islam, tetapi juga menyimpan potensi strategis dalam mendukung aktivitas sosial dan pemberdayaan masyarakat.

Peran masjid dalam penguatan ekonomi masyarakat semakin relevan, khususnya dalam konteks pengembangan ekosistem halal yang menjadi bagian integral dari ekonomi Islam (Rarasati & Priyadi, 2024). Salah satu sektor utama yang berpotensi besar adalah industri makanan halal, yang selain merupakan kewajiban religius, juga berkontribusi terhadap kesehatan, kebersihan, dan keberlanjutan ekonomi umat (Febriandika et al., 2023).

Laporan *State of the Global Islamic Economy* (2023) mencatat bahwa konsumsi makanan halal secara global pada tahun 2022 mencapai USD1,4 triliun, dengan pangsa pasar sebesar 16,6% dari keseluruhan industri halal. Selain makanan, sektor pariwisata halal dan fesyen halal juga menunjukkan pertumbuhan signifikan, masing-masing dengan pangsa pasar sebesar 12,5% dan 10,6%. Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar kedua di dunia, memiliki peluang besar dalam industri halal global. Namun demikian, peluang tersebut belum dimanfaatkan secara optimal karena masih rendahnya literasi halal di kalangan masyarakat, termasuk para takmir masjid.

Pemahaman mendalam mengenai prinsip halal sangat penting bagi takmir masjid. Sebagai pengelola institusi keagamaan yang menjadi rujukan umat, takmir memegang peran strategis dalam mendidik dan mengarahkan masyarakat terhadap pola konsumsi yang sesuai dengan syariah. Namun, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa meskipun tingkat pengetahuan umat Islam tentang konsep halal cukup tinggi, implementasinya dalam praktik keseharian masih rendah (Afendi, 2020).

Dalam konteks ini, pendekatan *Knowledge, Attitude, and Practice* (KAP) menjadi kerangka teoritis yang relevan untuk mengukur sejauh mana takmir masjid memahami, menyikapi, dan mengimplementasikan prinsip kehalalan dalam konsumsi makanan. KAP menilai tiga dimensi utama: pengetahuan (knowledge) tentang prinsip halal, sikap (attitude) terhadap pentingnya makanan halal, dan perilaku nyata (practice) dalam memilih serta mengonsumsi produk halal (Öztürk, 2022).

Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa peningkatan kesadaran halal di kalangan pemuka agama dapat berkontribusi signifikan terhadap pola konsumsi halal di masyarakat (Syauqillah, 2024). Namun, kajian yang secara spesifik menyoroti peran takmir masjid sebagai agen perubahan dalam penguatan konsumsi makanan halal masih sangat terbatas.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pengetahuan, sikap, dan praktik (KAP) takmir masjid terhadap konsumsi makanan halal serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya. Dengan memahami tingkat literasi halal di kalangan takmir masjid, diharapkan dapat dirumuskan strategi pemberdayaan yang efektif untuk mengoptimalkan peran masjid sebagai pusat edukasi dan penguatan ekonomi halal di Indonesia. Temuan ini juga dapat menjadi referensi penting bagi pemerintah, organisasi keislaman, dan pelaku industri halal dalam menyusun kebijakan berbasis komunitas yang lebih tepat sasaran.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 17 No. 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

## KAJIAN TEORITIS

### Teori Knowledge Attitude And Practice (Kap)

Kerangka **Knowledge, Attitude, and Practice (KAP)** merupakan model yang menjelaskan hubungan antara pengetahuan, sikap, dan praktik individu terhadap suatu isu (Hanif Ibrahim et al., 2023a). Teori ini mengasumsikan bahwa pengetahuan memengaruhi sikap, dan sikap akan memengaruhi praktik atau perilaku (WHO, 2008). Model ini digunakan secara luas dalam bidang kesehatan, pendidikan, dan sosial karena mampu menggambarkan keterkaitan aspek kognitif, afektif, dan perilaku (Andrade et al., 2020).

Pengetahuan yang baik umumnya membentuk sikap positif, yang kemudian mendorong praktik yang sesuai (Mehtab et al., 2015a). Namun, hubungan ini tidak selalu linier. Hambatan eksternal seperti keterbatasan sumber daya atau kurangnya dukungan sosial dapat menghambat praktik meskipun pengetahuan dan sikap sudah terbentuk (Zahedi et al., 2014).

Selain sebagai alat analisis, kerangka KAP juga berfungsi sebagai panduan dalam merancang intervensi yang sistematis. Misalnya, dalam bidang kesehatan dan pendidikan, program dapat dirancang untuk meningkatkan pengetahuan, membentuk sikap positif, dan memfasilitasi praktik yang diinginkan (Ibrahim et al., 2023; Julendra et al., 2022). Dengan demikian, kerangka KAP memberikan pendekatan komprehensif untuk memahami dan mengubah perilaku melalui penguatan pengetahuan dan sikap secara simultan.

### Konsep Makanan Halal

Konsep makanan halal merupakan bagian fundamental dalam ajaran Islam yang tidak hanya menekankan kepatuhan terhadap syariat, tetapi juga mencakup aspek kebersihan, kesehatan, dan kualitas konsumsi (Widiastuti et al., 2020). Istilah *halal* berarti “diperbolehkan”, sedangkan *haram* berarti “dilarang”. Ketentuan ini secara eksplisit diatur dalam Al-Qur’an dan Hadits.

Makanan dalam Islam tidak hanya memenuhi kebutuhan biologis, tetapi juga berdampak spiritual. Konsumsi makanan halal dan *thayyib* diyakini memengaruhi fisik, kecerdasan, dan moral (Adiansyah & Yahya, 2022). Selain bahan, prinsip halal mencakup proses produksi hingga penyajian yang bebas dari zat berbahaya dan dilakukan secara higienis (Mohamad & Khairuldin, 2018).

Al-Qur’an menegaskan pentingnya konsumsi halal-thayyib, sebagaimana tercantum dalam QS Al-Baqarah: 172 dan QS Al-Maidah: 3. Hadits riwayat Bukhari dan Muslim juga menekankan pentingnya menjauhi perkara yang samar guna menjaga integritas moral.

Adapun syarat makanan halal mencakup: (1) bahan dari sumber halal dan penyembelihan sesuai syariat (Man & Sazili, 2010), (2) proses penyajian bebas kontaminasi (Soon et al., 2017), (3) tanpa kandungan alkohol, babi, dan turunannya (Ur Raheema, 2018), serta (4) memenuhi prinsip *thayyib*, yaitu bergizi dan aman dikonsumsi (Mohamad & Khairuldin, 2018).

Dengan demikian, konsep halal dalam Islam tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga mencerminkan perhatian terhadap kesehatan dan etika konsumsi.

### Peran Masjid dan Takmir Masjid

Masjid merupakan institusi yang memegang peran strategis dalam pembangunan umat Islam. Tamuri (2021) menekankan bahwa fungsi masjid tidak hanya terbatas pada aspek ibadah, tetapi juga meliputi pendidikan, sosial, dan ekonomi. Dalam sejarah Islam, masjid telah berfungsi sebagai pusat peradaban, sebagaimana ditunjukkan oleh Masjid Quba dan Masjid Nabawi yang menjadi tempat musyawarah, pendidikan, dan aktivitas ekonomi sejak masa Nabi Muhammad SAW (Bazli Md Radzi et al., 2024).

Dalam konteks kontemporer, masjid menjalankan fungsi spiritual melalui kegiatan shalat berjamaah, pengajian, dan i’tikaf, yang turut memperkuat hubungan sosial antar jamaah (Effendi & Arifi, 2023). Di bidang pendidikan, masjid berfungsi sebagai pusat pengajaran Al-Qur’an, Hadis, hingga pelatihan keterampilan masyarakat (Mahmud et al., 2011). Fungsi sosial

masjid tercermin melalui kegiatan penyaluran zakat, sedekah, dan bantuan sosial (Omar et al., 2019). Sementara itu, fungsi ekonomi masjid diwujudkan melalui koperasi syariah, bazar halal, dan pelatihan kewirausahaan (Syaripudin et al., 2024).

Masjid juga berperan dalam edukasi halal, baik melalui media dakwah maupun kerja sama dengan lembaga sertifikasi halal (Nurrachmi, 2017; Yaman, 2024). Peran ini semakin relevan dalam upaya membangun kesadaran umat terhadap konsumsi halal dan menjauhi produk yang syubhat.

Takmir atau pengurus masjid memegang peran kunci dalam pengelolaan masjid agar fungsinya berjalan optimal. Mereka bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan kegiatan ibadah, pendidikan, sosial, dan ekonomi (Mubarok, 2022; Caniago & Ganesha, 2019). Dalam isu konsumsi halal, pengurus masjid bertindak sebagai edukator, fasilitator, dan teladan dalam penerapan prinsip halal (Syaripudin et al., 2024; Afendi, 2020; Altekreeti & Daud, 2020). Tugas ini mencakup penyampaian materi halal dalam khutbah, penyelenggaraan pelatihan sertifikasi halal, hingga pengawasan makanan dalam kegiatan masjid.

Penguatan peran masjid dan takmir memiliki potensi besar dalam pemberdayaan masyarakat Muslim, terutama dalam mendukung ekosistem ekonomi halal (Febriansah et al., 2022; Rarasati & Priyadi, 2024). Dengan landasan ini, masjid dapat diposisikan sebagai aktor utama dalam transformasi sosial dan ekonomi berbasis nilai-nilai Islam.

**Pengetahuan (*Knowledge*) dan Sikap (*Attitude*) Takmir Masjid terhadap Konsumsi Makanan Halal**

Pengetahuan merupakan aspek kognitif penting yang membentuk pemahaman individu terhadap prinsip halal dalam Islam, termasuk aspek definisi, hukum syariat, dan proses sertifikasi (Bloom, 1956; Hanif Ibrahim et al., 2023; Widiastuti et al., 2020). Bagi takmir masjid, pengetahuan ini bersifat normatif karena berkaitan langsung dengan kewajiban agama dan peran mereka sebagai teladan masyarakat (Adiansyah & Yahya, 2022).

Dalam kerangka KAP (Knowledge, Attitude, Practice), pengetahuan yang memadai menjadi fondasi dalam membentuk sikap positif (WHO, 2008; Andrade et al., 2020). Teori Kognitif Sosial Bandura (1986) juga menekankan bahwa pengetahuan tak hanya berasal dari pemahaman individu, tetapi juga dari observasi peran sosial sebagai figur panutan. Sikap dalam konteks ini mencakup dimensi kognitif (keyakinan), afektif (emosi), dan konatif (niat bertindak sesuai syariat) (Ajzen, 1991; Julendra et al., 2022).

Penelitian menunjukkan bahwa pemahaman hukum halal-haram meningkatkan komitmen terhadap prinsip tersebut (Zahedi et al., 2014a; Ibrahim et al., 2023). Takmir yang memahami risiko kontaminasi silang atau proses sertifikasi akan lebih berhati-hati dalam menjaga kehalalan makanan yang dikonsumsi di masjid (Soon et al., 2017; Syaripudin et al., 2024).

Berdasarkan teori tersebut, hipotesis yang diajukan:

**H1: Pengetahuan takmir masjid tentang kewajiban mengonsumsi makanan halal berpengaruh positif terhadap sikap mereka terhadap kewajiban tersebut.**

**Sikap (Attitude) dan Praktik (Practice) Takmir Masjid terhadap Konsumsi Makanan Halal**

Sikap merupakan mediator penting dalam model KAP (Knowledge, Attitude, Practice), di mana sikap positif mendorong terbentuknya praktik yang sesuai (WHO, 2008; Hanif Ibrahim et al., 2023a). Sikap takmir terhadap konsumsi makanan halal mencerminkan keyakinan bahwa prinsip halal adalah bagian dari identitas keislaman, tanggung jawab sosial, serta sarana memperoleh keberkahan dan kesehatan (Mohamad & Khairuldin, 2018; Verawaty et al., 2020).

Menurut Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), sikap terbentuk dari keyakinan terhadap manfaat (seperti kesehatan dan barakah), norma subjektif (harapan masyarakat), dan persepsi kontrol diri. Takmir yang menyadari kehalalan sebagai kewajiban agama (QS Al-

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 17 No. 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Baqarah: 172) cenderung lebih konsisten menjaga standar halal dalam konsumsi makanan saat kegiatan masjid (Bazli Md Radzi et al., 2024).

Penelitian menunjukkan bahwa sikap positif terhadap prinsip halal berkorelasi dengan kepatuhan praktik, apalagi bila didukung lingkungan sosial dan fasilitas pendukung seperti sertifikasi halal (Kamali et al., 2021). Peran takmir sebagai panutan juga memperkuat konsistensi antara sikap dan tindakan (Afendi, 2020).

Berdasarkan teori tersebut, hipotesis yang diajukan:

**H2: Terdapat hubungan positif yang signifikan antara sikap takmir masjid terhadap kewajiban mengonsumsi makanan halal dengan praktik mereka dalam mengonsumsi makanan halal.**

**Pengetahuan (Knowledge) dan Praktik (Practice) Takmir Masjid terhadap Konsumsi Makanan Halal**

Meskipun sikap berperan sebagai mediator dalam model KAP, pengetahuan juga dapat berdampak langsung pada praktik melalui kesadaran kritis terhadap risiko dan kompleksitas kehalalan (Soon et al., 2017; Syaripudin et al., 2024). Berdasarkan *Diffusion of Innovation Theory* (Rogers, 1995), penyebaran informasi terkait standar halal melalui media komunikasi masjid (ceramah, seminar, poster) mendorong adopsi praktik halal secara efektif.

*Health Belief Model* (Rosenstock, 1974) menekankan bahwa praktik ditentukan oleh persepsi terhadap manfaat (seperti kesehatan dan keberkahan) serta hambatan (misalnya keterbatasan akses produk halal). Pengetahuan tentang fiqh kehalalan, seperti proses penyembelihan atau larangan zat haram, meningkatkan kesadaran moral takmir untuk melindungi jamaah dari konsumsi syubhat (Ambali & Bakar, 2014; Man & Sazili, 2010).

Sebagai ilustrasi, takmir yang memahami urgensi sertifikasi halal akan lebih berhati-hati dalam memilih produk, termasuk di wilayah dengan keterbatasan akses (Syaripudin et al., 2024). Program edukatif seperti lokakarya dan kerja sama dengan lembaga sertifikasi turut mendorong implementasi pengetahuan ke dalam praktik nyata (Ibrahim et al., 2023).

Berdasarkan kerangka teori tersebut, dirumuskan hipotesis:

**H3: Terdapat hubungan positif yang signifikan antara tingkat pengetahuan takmir masjid tentang makanan halal dengan praktik mereka dalam mengonsumsi makanan halal.**

**Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hipotesis dan menganalisis hubungan antarvariabel melalui teknik statistik inferensial (Cooper & Schindler, 2011; Sugiyono, 2016). Data sekunder bersumber dari Survei Pendayagunaan Masjid dan Dakwah Ekonomi Islam Indonesia yang diselenggarakan oleh FoSSEI dan KA-FoSSEI pada tahun 2020. Survei ini mencakup 1.266 masjid di 29 provinsi, melibatkan sekitar 800 enumerator dari kader maupun relawan non-FoSSEI.

Unit analisis difokuskan pada 540 masjid dengan data lengkap. Responden utama adalah takmir masjid sebagai informan kunci dalam pengelolaan kegiatan ibadah, sosial, dan ekonomi. Sampel dipilih berdasarkan kesediaan partisipasi, mencerminkan keragaman usia, pendidikan, latar belakang ekonomi, dan wilayah geografis.

Variabel yang digunakan meliputi:

- **Variabel dependen (Y)**: *Practice* (perilaku konsumsi makanan halal).
- **Variabel independen (X)**: *Knowledge* (X1) dan *Attitude* (X2), yang merepresentasikan tingkat pengetahuan dan sikap terhadap konsumsi makanan halal.

Analisis dilakukan dengan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS versi 4. Metode ini dipilih karena sesuai untuk model dengan konstruk laten dan tujuan prediktif (Hair et al., 2017).

Tahapan analisis terdiri dari:

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 17 No. 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

1. **Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)**: Menguji validitas dan reliabilitas konstruk melalui indikator loading factor, AVE, cross loading, HTMT, Cronbach's Alpha, dan Composite Reliability.
2. **Evaluasi Model Struktural (Inner Model)**: Mengkaji hubungan antar konstruk menggunakan $R^2$, $Q^2$, dan $f^2$.

Uji hipotesis dilakukan dengan teknik bootstrapping menggunakan kriteria t-statistic > 1,96 dan p-value < 0,05 pada α = 5% (Wong, 2013). Goodness of Fit (GoF) dihitung dari perkalian nilai AVE dan $R^2$, dengan klasifikasi nilai kecil (0,10), sedang (0,25), dan besar (0,38) (Tenenhaus et al., 2004).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Outer Model

Uji *Outer Model* dalam pendekatan SEM-PLS dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas konstruk. Validitas konstruk diuji melalui dua pendekatan, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen dilihat dari nilai *loading factor* dengan ambang batas minimal 0,50, sedangkan validitas diskriminan dievaluasi melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang juga harus melebihi 0,50. Untuk menguji reliabilitas, digunakan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, di mana konstruk dianggap reliabel jika keduanya bernilai lebih dari 0,70 (Ghozali, 2014).

**Tabel 1 Uji Validitas**

| Variabel | Item | Loading Factor | Standar | AVE | Standar | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Knowledge | h82 | 0.878 | > 0.70 | 0.725 | > 0.50 | Valid |
| | h83 | 0.912 | > 0.70 | | | Valid |
| | h84 | 0.890 | > 0.70 | | | Valid |
| Attitude | h85 | 0.808 | > 0.70 | 0.798 | > 0.50 | Valid |
| | h86 | 0.879 | > 0.70 | | | Valid |
| | h87 | 0.867 | > 0.70 | | | Valid |
| Practice | h88 | 0.849 | > 0.70 | 0.656 | > 0.50 | Valid |
| | h89 | 0.764 | > 0.70 | | | Valid |
| | h90 | 0.815 | > 0.70 | | | Valid |

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Hasil uji validitas konvergen menunjukkan bahwa seluruh indikator pada ketiga variabel, yaitu *Knowledge*, *Attitude*, dan *Practice*, memiliki nilai *loading factor* di atas 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing indikator memiliki kontribusi yang kuat dalam membentuk konstruk yang diukur. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dari semua variabel juga melebihi nilai ambang batas 0,50 (Knowledge = 0,725; Attitude = 0,798; Practice = 0,656), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk memenuhi kriteria validitas konvergen dan validitas diskriminan. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah terbukti valid.

**Tabel 2 Uji Reliabilitas**

| Variabel | Cronbach's Alpha | Composite Reliability | Standar | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| Knowledge | 0.875 | 0.895 | > 0.70 | Reliabel |
| Attitude | 0.822 | 0.893 | > 0.70 | Reliabel |
| Practice | 0.750 | 0.792 | > 0.70 | Reliabel |

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, seluruh variabel yaitu *Knowledge*, *Attitude*, dan *Practice* menunjukkan nilai **Cronbach's Alpha** dan **Composite Reliability** di atas ambang batas 0,70. Nilai Cronbach's Alpha berkisar antara 0,750 hingga 0,875, sedangkan nilai

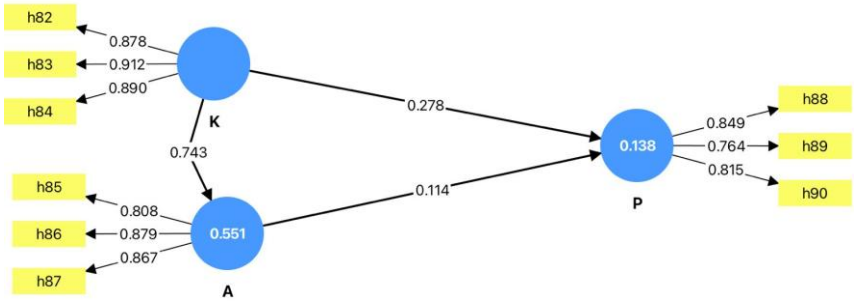
MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 17 No. 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Composite Reliability berada dalam rentang 0,792 hingga 0,895. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam model memiliki konsistensi internal yang baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini bersifat reliabel.

**Uji Inner Model**

Pengujian model struktural (*inner model*) bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan antar konstruk serta menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

**Gambar 1 Hasil Pengujian Model Struktural**




Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Gambar 2 menampilkan hasil estimasi model struktural dalam penelitian ini, yang menggambarkan hubungan antara variabel *Knowledge* (K) dan *Attitude* (A) sebagai variabel independen terhadap *Practice* (P) sebagai variabel dependen. Selain itu, model ini juga menunjukkan bahwa *Knowledge* memiliki pengaruh langsung terhadap *Attitude*. Nilai koefisien jalur yang ditampilkan mencerminkan kekuatan dan arah hubungan antar konstruk yang dianalisis menggunakan pendekatan SEM-PLS.

**Hasil Koefisien Determinasi ($R^2$)**

**Tabel 3 Hasil Koefisien Determinasi ($R^2$)**

| | R-Square | R-Square Adjusted |
|---|---|---|
| Attitude | 0.551 | 0.551 |
| Practice | 0.138 | 0.134 |

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel *Knowledge* berkontribusi sebesar 55,1% dalam menjelaskan variasi *Attitude*, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai $R^2$ dan adjusted $R^2$ yang sama, yaitu 0,551. Sementara itu, variabel *Knowledge* dan *Attitude* secara simultan menjelaskan 13,8% variasi *Practice*, dengan nilai adjusted $R^2$ sebesar 0,134. Hasil ini mencerminkan hubungan yang terukur antara konstruk dalam model penelitian.

**Hasil *Effect Size* ($F^2$)**

**Tabel 4 Effect Size (F2)**

| | *Attitude* | *Practice* |
|---|---|---|
| *Knowledge* | 1,229 | 0.04 |
| *Attitude* | | 0.007 |
| *Practice* | | |

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Analisis *effect size* ($f^2$) menunjukkan bahwa variabel Knowledge memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap Attitude, dengan nilai $f^2$ sebesar 1.229. Berdasarkan kriteria Cohen (1988), nilai tersebut jauh melampaui ambang batas untuk kategori besar, sehingga

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 17 No. 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

memperkuat peran penting Knowledge dalam membentuk sikap. Sementara itu, nilai $f^2$ dari Knowledge terhadap Practice sebesar 0.040 dan dari Attitude terhadap Practice sebesar 0.007 termasuk dalam kategori efek kecil. Temuan ini memperlihatkan perbedaan tingkat pengaruh antar variabel dalam model struktural yang dianalisis.

**Hasil *Predictive Relevance* ($Q^2$)**

**Tabel 5 Hasil *Predictive Relevance* ($Q^2$)**

| | Q2 |
|---|---|
| h85 | 0.191 |
| h86 | 0.227 |
| h87 | 0.638 |
| h88 | 0.126 |
| h89 | 0.019 |
| h90 | 0.081 |

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Analisis Q-square ($Q^2$) menunjukkan bahwa model memiliki **relevansi prediktif yang baik**, khususnya terhadap konstruk **Attitude**, dengan nilai $Q^2$ indikator berkisar antara 0,191 hingga 0,638. Pada konstruk **Practice**, nilai $Q^2$ juga berada di atas nol, menandakan kemampuan prediktif model tetap memadai dalam menjelaskan perilaku konsumsi dan edukasi halal oleh takmir masjid.

**Hasil Uji Goodness of Fit**

Hasil perhitungan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *Goodness of Fit (GoF)* sebesar 0,5075. Nilai ini diperoleh dari rata-rata *Average Variance Extracted (AVE)* sebesar 0,6986 dan rata-rata *R-Square* sebesar 0,369. Nilai GoF yang melebihi ambang batas 0,38 menandakan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian yang tinggi. Dengan demikian, model struktural dalam penelitian ini dapat dikatakan valid dan representatif dalam menjelaskan hubungan antar variabel.

Uji Hipotesis

**Tabel 6 Hasil Uji Hipotesis**

| | Original sample (O) | T statistics (\|O/STDEV\|) | P values | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| Knowledge -> Attitude | 0.743 | 46,748 | 0 | Positif, Signifikan |
| Knowledge -> Practice | 0.278 | 4,336 | 0 | Positif, Signifikan |
| Attitude -> Practice | 0.114 | 1,823 | 0.068 | Positif, Tidak Signifikan |

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Knowledge berpengaruh positif dan signifikan terhadap Attitude (p = 0,000) dan terhadap Practice (p = 0,000). Sementara itu, pengaruh Attitude terhadap Practice tidak signifikan (p = 0,068). Temuan ini menggarisbawahi bahwa pengetahuan memiliki peran kunci dalam membentuk sikap dan praktik konsumsi halal takmir masjid.

**Pengaruh Knowledge terhadap Attitude**

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengetahuan (knowledge) takmir masjid berpengaruh signifikan dan positif terhadap sikap (attitude) mereka terkait konsumsi makanan halal,

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 17 No. 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

dengan koefisien jalur sebesar 0,743 (T = 46,748; p < 0,001). Pengaruh ini tergolong sangat kuat, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai R-square sebesar 0,551 dan effect size ($f^2$) sebesar 1,229—jauh melampaui ambang batas pengaruh besar. Artinya, sekitar 55,1% variasi sikap dapat dijelaskan oleh tingkat pengetahuan mereka.

Temuan ini mendukung kerangka teori KAP (Knowledge–Attitude–Practice) yang menyatakan bahwa pengetahuan menjadi dasar pembentukan sikap. Dalam konteks ini, takmir yang memiliki pemahaman baik mengenai pentingnya konsumsi halal cenderung memiliki sikap yang lebih positif. Oleh karena itu, peningkatan literasi halal melalui pelatihan dan edukasi dapat menjadi strategi efektif dalam membentuk sikap keagamaan yang lebih kuat dan konsisten di lingkungan masjid.

**Pengaruh Knowledge terhadap Practice**

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa pengetahuan (knowledge) takmir masjid berpengaruh positif dan signifikan terhadap praktik (practice) konsumsi makanan halal, dengan koefisien jalur sebesar **0.278** (*T-statistic*=4.336; *p*<0.001). Nilai *T-statistic* yang melebihi batas kritis 1.96 dan *p-value* 0.000 mengonfirmasi signifikansi statistik dari hubungan ini. Meskipun pengaruhnya signifikan, besaran koefisien yang relatif moderat (jika dibandingkan dengan pengaruh knowledge → attitude sebesar 0.743) mengindikasikan bahwa pengetahuan memang berperan dalam membentuk praktik, namun tidak dominan.

Secara metodologis, hasil ini diperkuat oleh nilai *effect size* ($f^2$) sebesar 0.040 (kategori kecil menurut Cohen, 1988), yang semakin menegaskan bahwa meskipun pengetahuan merupakan prediktor yang valid, kontribusi relatifnya terhadap variasi praktik tidak terlalu besar. Dengan demikian, intervensi berbasis peningkatan pengetahuan perlu dilengkapi dengan pendekatan lain – seperti penguatan lingkungan pendukung – untuk mengoptimalkan perubahan perilaku.

**Pengaruh Attitude terhadap Practice**

Analisis jalur menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan antara sikap (attitude) dengan praktik (practice) konsumsi halal (ß=0.114, T=1.823, p=0.068). Nilai effect size ($f^2$=0.007) yang sangat kecil mengindikasikan kontribusi minimal sikap terhadap variasi praktik. Temuan ini mengungkap bahwa meskipun takmir masjid memiliki sikap positif (mean=4.35), hal tersebut belum cukup untuk mendorong tindakan nyata secara signifikan.

Hasil ini menunjukkan adanya faktor penghambat eksternal seperti kendala sumber daya atau kurangnya program terstruktur di masjid. Pengetahuan (knowledge) terbukti lebih dominan memengaruhi praktik dibanding sikap, menyiratkan bahwa perubahan perilaku memerlukan lebih dari sekadar pembentukan sikap positif, tetapi juga dukungan sistemik dan lingkungan yang memadai.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Hasil penelitian menyatakan bahwa pengetahuan (knowledge) takmir masjid tentang konsumsi halal berpengaruh sangat kuat dan signifikan dalam membentuk sikap (attitude) positif, namun pengaruhnya terhadap praktik (practice) tergolong kecil. Meskipun secara individual banyak takmir telah menerapkan konsumsi halal dalam kehidupan sehari-hari, keterlibatan mereka dalam program kelembagaan masjid masih terbatas.

Temuan menarik lainnya adalah sikap positif takmir ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik aktual, mengindikasikan adanya hambatan implementasi di tingkat institusional maupun sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi dari pengetahuan dan sikap menuju praktik berkelanjutan memerlukan lebih dari sekadar pemahaman dan kesadaran individual, tetapi juga dukungan sistemik berupa regulasi internal masjid yang kuat, lingkungan sosial yang mendukung, serta intervensi berbasis aksi untuk menjembatani kesenjangan antara nilai dan tindakan nyata.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 17 No. 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

**DAFTAR PUSTAKA**

Afendi, A. (2020). The Effect of Halal Certification, Halal Awareness and Product Knowledge on Purchase Decisions for Halal Fashion Products. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, *2*(2), 145–154. https://doi.org/10.21580/jdmhi.2020.2.2.6160

Affendi Mohd Shafri, M., Mardhiyah Jamil, A., Azura Shahdan, I., & Abdul Rahman, N. (n.d.). *IMJM Volume 17 Special Issue No 2 2nd World Congress on Integration and Islamicisation Knowledge, Attitude and Practice on the Islamic Perspective Slots (IPS) in Biomedical Science Curriculum among Biomedical Science Students of International Islamic University Malaysia*. http://www.survey

Ajzen, I. (n.d.-a). *The Theory of Planned Behavior*.

Bazli Md Radzi, M., Edawaty Yaacob, S., & Alisa Ahmad, A. (2024). DESIGNING MOSQUEPRENUER MECHANISM BASED ON THE TIME OF THE PROPHET, KHULAFA AR-RASHIDIN, AND CONTEMPORARY IN EMPOWERING ECONOMY OFUMMAH. *International Journal of Advanced Research*, *12*(10), 964–973. https://doi.org/10.21474/IJAR01/19717

Hair, J. F. ., Hult, G. T. M. ., Ringle, C. M. ., & Sarstedt, Marko. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage.

Halim Tamuri, A., Author, C., & Pendidikan, F. (n.d.-a). *KONSEP DAN PELAKSANAAN FUNGSI MASJID DALAM MEMARTABATKAN MASYARAKAT*. http://almimbar.kuis.edu.my

Hanif Ibrahim, M., Sunan Kalijaga, U., Nisrina Khoirunnisa, A., & Sri Mulyani, S. (2023a). Productive Waqf Empowerment: Analysis of Knowledge, Attitudes, and Practices of Mosque Takmir in Indonesia (Pemberdayaan Wakaf Produktif: Analisis Pengetahuan, Sikap, dan Praktik Takmir Masjid di Indonesia). In *JIEP: Journal of Islamic Economics and Philanthropy* (Vol. 6, Issue 2). https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/JIEP/index

Lim, T. P., Chye, F. Y., Sulaiman, M. R., Suki, N. M., & Lee, J. S. (2016). A structural modeling on food safety knowledge, attitude, and behaviour among Bum Bum Island community of Semporna, Sabah. *Food Control*, *60*, 241–246. https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2015.07.042

Mohamad, N. S., & Khairuldin, W. M. K. F. W. (2018). The Concept of Halalan Tayyiba in Food According to Mufassir. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *8*(11). https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i11/4967

Rogers, E. M. . (1995). *Diffusion of innovations*. Free Press.

Rosenstock, I. M. (n.d.). Historical Origins of the Health Belief Model. In *Health Education Monographs* (Vol. 2, Issue 4).

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (pp. 1–40). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1

Soon, J. M., Chandia, M., & Regenstein, J. Mac. (2017). Halal integrity in the food supply chain. *British Food Journal*, *119*(1), 39–51. https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2016-0150

Syaripudin, E. I., Raito, R., Aliyah, S., Gaussian, G., & Sunarsa, S. (2024). Mosque As the Center of Economic Empowerment of the Millennial Generation in Garut Regency. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance*, *3*(2), 29–40. https://doi.org/10.37680/ijief.v3i2.5386

Syauqillah, M. (2024). HALAL AWARENESS BEHAVIOR OF PRODUCERS AND CONSUMERS FROM MAQASHID SHARIA PERSPECTIVE. *Journal Economics and Business of Islam*, *9*(1), 89–101. http://journal.iain-manado.ac.id/index.php/TJEBI/index

WHO. (2008). *Advocacy, communication and social mobilization for TB control : a guide to developing knowledge, attitude and practice surveys*. World Health Organization : Stop TB Partnership.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 17 No. 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Widiastuti, T., Rusydiana, A. S., Robani, A., Insani, T. D., & Muryani. (2020). OBSTACLES AND STRATEGIES IN DEVELOPING HALAL INDUSTRY: EVIDENCE FROM INDONESIA. *Humanities & Social Sciences Reviews*, *8*(4), 398–406. https://doi.org/10.18510/hssr.2020.8439