

Halal Awareness Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Akan Produk Halal Konsumen Muslim Millennial

Indri Alfiyani¹, Sabila Rosyada², Mutmainnah³

^{1,2,3} IAIN Kudus, Indonesia

¹indrialfi96@gmail.com, ²sabilarosyada20@gmail.com, ³innahm370@gmail.com

Abstrak

Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk mayoritas beragama Islam. Semakin berkembangnya produk makanan impor dalam kemasan yang masuk ke negara Indonesia memberikan dampak terhadap keraguan masyarakat Muslim atas halal atau tidaknya produk tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis mengenai pengaruh variabel halal awareness konsumen Muslim di Indonesia terhadap keputusan pembelian. Halal awareness sendiri berarti memiliki minat atau pengalaman khusus sesuatu serta memiliki pengetahuan yang memadai tentang kondisi terkini menyangkut makanan, minuman, dan produk halal. Generasi Millennial Muslim sebagai kalangan modernisasi tentu harus memiliki referensi yang pengetahuan yang memadai tentang produk halal. Kemudian ditegaskan pula dalam Pasal 4 UUIPH bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Maka dari sini timbul pertanyaan sudahkah masyarakat millennial saat ini paham dan mengerti tentang produk halal, manfaatnya dan keamanannya, bagaimana upaya pemerintah dalam memperkenalkan dan memahamkan kepada masyarakat akan arti penting mengkonsumsi produk yang halal. Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat Muslim millennial di Kabupaten Demak untuk mengukur bagaimana tingkat pengaruh halal awaarenes terhadap suatu produk. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan wawancara secara langsung kepada masyarakat Muslim millennial di Kabupaten Demak. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa halal awareness sebagai upaya meningkatkan kesadaran akan produk halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumen Muslim millennial pada masyarakat Kabupaten Demak. Hasil dan temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah khususnya Kementerian Agama Republik Indonesia dalam menerapkan kebijakan pada sistem sertifikasi halal ke depannya.

Kata Kunci: *Halal Awwarenes; Kesadaran Produk Halal; Konsumen Muslim Millennial; Produk Halal*



SYARIAH: E-Proceeding of Islamic Law | Open Access articles are distributed under this Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Copyright (c) 2024 Indri Alfiyani, Sabila Rosyada, Mutmainnah

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk mayoritas beragama Islam dengan kaya akan sumber daya alamnya. Semakin berkembangnya produk makanan impor dalam kemasan yang masuk ke negara Indonesia memberikan dampak terhadap keraguan masyarakat muslim atas halal atau tidaknya produk tersebut. Menurut MUI pengertian makanan halal adalah sesuatu yang dibolehkan untuk dikonsumsi menurut ketentuan syariat Islam. Kehalalan pada produk itu wajib diketahui oleh konsumen, terutama konsumen Muslim. Baik dari segi produk berupa makanan, obat-obatan, kosmetik, ataupun barang konsumsi lainnya. Seiring berjalannya waktu, tingkat konsumsi dari konsumen di Indonesia meningkat. Dalam hal itu, jaminan suatu produk halal menjadi hal yang utama untuk diperhatikan. Sebagaimana yang diatur dalam pembukaan UUD RI Tahun 1945 bahwa negara memiliki kewajiban untuk melindungi sgenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan mewujudkan kesejahteraan umum.

Integritas produk makanan halal harus dilindungi setiap saat, dan semua langkah yang diperlukan harus diambil oleh semua pihak yang terlibat dalam rantai pasokan untuk menghindari kontaminasi silang yang akan menyebabkan produk menjadi tidak halal atau haram. Produk makanan tidak hanya harus halal di titik awal rantai pasok tetapi di seluruh rantai pasok hingga mencapai tujuan akhirnya. Jaminan akan produk halal ini hendaknya pada semua barang-barang konsumsi terutama bagi konsumsi Muslim. Generasi Millennial Muslim sebagai kalangan modernisasi tentu harus memiliki referensi yang pengetahuan yang memadai tentang produk halal. Sebagaimana yang terdapat pada Al-Qur'an terkait mengkonsumsi makanan halal dalam surat Al-Baqarah ayat 168 yang artinya, *"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu"*.

Generasi Millennial merupakan suatu kelompok yang lahir pada atau setelah tahun 1980-an dan yang ingin memasuki pasar tenaga kerja pada tahun 2000-an. Perkembangan zaman diikuti dengan transformasi digital mempengaruhi penduduk dalam suatu negara mulai dari cara berpikir maupun berperilaku. Pendekatan digitalisasi saat ini mengubah pola pikir Generasi Millennial terhadap gaya hidup yang dijalankan. Teknologi mempermudah apa yang mereka butuhkan, kini dapat mudah didapatkan dengan segelintir jari saja. Segala aktivitasnya dipengaruhi oleh *social media* dengan berbagai macam-macam aktivitas yang dijalankan manusia dalam sehari mempengaruhi *lifestyle* mereka dalam bertindak.

Dalam ajaran Islam, saat memilih produk makanan yang ingin dikonsumsi, maka diajarkan untuk memilih produk yang halal atau diperbolehkan sesuai syariat. Setiap Muslim selalu memiliki *religious belief* yang dapat menentukan standar perilaku secara langsung. Nilai religiusitas melakukan tahap penting untuk mempengaruhi perilaku konsumen yang disebabkan oleh sifat manusia yang mana hal itu didasari oleh nilai *religious belief* yang mereka miliki itu, *religious belief* juga memiliki pengaruh yang tinggi pada tindakan dan perilaku konsumen untuk membeli makanan halal. Sebelum membeli makanan halal, maka konsumen harus memiliki kemampuan untuk merasakan, memahami, dan menjadi sadar akan sebuah produk disekitarnya yang disebut dengan *awareness*.

Dalam penelitian terdahulu, penelitian yang dilakukan oleh Suhada, niat pembelian merupakan hal yang berkaitan dengan rencana pembelian konsumen untuk membeli suatu produk dan jumlah produk yang diperlukan oleh konsumen pada jangka waktu tertentu. Dalam penelitian terdahulu menjelaskan peran keyakinan agama untuk memutuskan pembelian. Pelanggan yang mempunyai peringkat keyakinan agama yang sedikit kurang spontan dalam memutuskan pembelian. Selain itu, kesadaran terhadap halal suatu produk merupakan suatu kewajiban untuk setiap umat Muslim dari produsen maupun konsumen. Kesadaran akan kehalalan suatu produk merupakan bagian yang harus diperhatikan dan harus dilakukan sesuai pada hukum Islam dalam pembuatan produk ataupun jasa pada produk makanan.

Fenomena yang terjadi dalam perspektif masyarakat dalam mengonsumsi makanan halal, bahwasannya masyarakat masih mengonsumsi makanan yang tidak berlabel halal karena melihat produknya tidak bermasalah untuk dikonsumsi. Maka dari sini timbul pertanyaan sudahkah masyarakat millennial saat ini paham dan mengerti tentang produk halal, manfaatnya, dan keamanannya, bagaimana upaya pemerintah dalam memperkenalkan arti penting produk halal bagi masyarakat millennial saat ini untuk memahamkan kepada masyarakat akan arti penting mengonsumsi produk yang halal.

Dalam memilih makanan, kebanyakan masyarakat di daerah Demak lebih mengutamakan makanan yang memiliki cita rasa yang enak dan aman tanpa memperdulikan kehalalannya. Melihat dari makanan yang tersebar khususnya dipasar dan warung masih banyak sekali makanan yang belum berlabelisasi halal. Meskipun demikian masyarakat masih tetap mengonsumsi makanan yang belum berlabel halal. Mereka beranggapan selama makanan tersebut tidak mengandung unsur haram yang dilarang oleh syariat Islam.

Sebagai negara Muslim terbesar di Indonesia memiliki aturan tersendiri tentang barang halal. Pentingnya sertifikasi halal bahkan wajib menjadi salah satu syarat untuk produk makanan. Dalam rangka memberikan keamanan dan kenyamanan dalam mengkonsumsi produk yang bersertifikat halal, maka kami tertarik untuk meneliti dengan tema *“Pengaruh Halal Awareness Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Akan Produk Halal Terhadap Konsumen Muslim Millennial”*.

Metodologi Penelitian

Jenis metode penelitian yang akan digunakan jenis pendekatan kualitatif bersifat yuridis normatif, metode untuk mengeksplorasi tempat-tempat yang dituju dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau masyarakat yang berasal dari masalah sosial tentang mengkonsumsi makanan label halal dan informasi atau data yang disajikan berupa pernyataan yang sudah disusun atau terstruktur. Karena masalah penelitian ini berupa hubungan antara masyarakat dengan lingkungan sekitar, lokasi dan objek dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Demak terutama pada Generasi Millennial. Populasi pada penelitian ini yaitu pada seluruh masyarakat Kabupaten Demak dengan mengambil sampel Generasi Muslim Millennial di Kabupaten Demak. Metode penelitian ini menggunakan sebagai rujukan penelitian menggunakan jurnal ilmiah menggunakan data sekunder yang berupa bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan kehalalan produk makanan, bahan hukum sekunder, dan tersier. Data yang diperoleh dari hasil penelitian jurnal dianalisis secara sistematis, secara ilmiah untuk menjawab rumusan masalah.

Hasil dan Pembahasan

Upaya Halal Awareness dapat Diimplementasikan Secara Efektif untuk Mencapai Target Pasar Muslim Millennial pada Kabupaten Demak

Halal awareness bagi masyarakat Muslim merupakan suatu upaya yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran mereka terhadap prinsip kehalalan dalam berbagai aspek kehidupan. Fokus utamanya adalah pada produk konsumsi, seperti makanan, minuman, maupun kosmetik. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan salah satu Mahasiswa UNISFAT di Kabupaten Demak yang bernama Putri Yulina sebagai Generasi Muslim Millennial sebagai berikut, *“Penting untuk selalu beradaptasi dengan tren dan kebiasaan konsumen milenial yang terus berubah. Dengan kombinasi strategi digital dan pemasaran yang kreatif, upaya halal awareness dapat lebih efektif menjangkau dan memengaruhi masyarakat Muslim milenial”*.

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka implementasi efektif *halal awareness* untuk mencapai target pasar Muslim millennial melibatkan beberapa strategi dan preferensi konsumen. Sektor halal yang sering dijumpai yang menjadi aktivitas sekaligus kebutuhan sehari-hari umat Islam adalah makanan. Kesadaran kehalalan makanan yang dikonsumsi sangat penting dimiliki guna membentuk kewaspadaan pada setiap Muslim untuk selalu menjaga apa yang masuk ke perutnya yang nantinya akan berubah menjadi daging dan darah. Sehingga kesadaran halal makanan dapat diartikan sebagai pemahaman, pengetahuan, dan kumpulan informasi tentang apa yang boleh dan tidak boleh dikonsumsi oleh seorang Muslim. Kepedulian konsumen Muslim, hal ini mencerminkan bahwa semakin tinggi kesadaran konsumen terhadap produk halal dari produk yang mereka beli, semakin besar keyakinan konsumen bahwa kehalalan produk merupakan faktor yang penting, memberikan pengaruh yang baik dalam diri konsumen Muslim millennial di Kabupaten Demak.

Peran Sertifikasi Halal dalam Membentuk Persepsi Konsumen Muslim Millennial di Kabupaten Demak Terhadap Kehalalan Produk

Produk makanan halal dan *thayyib* diartikan sebagai produk yang dapat dikonsumsi dengan baik berasal dari darat maupun dari laut. Dalam syariat Islam itu diperbolehkan mengkonsumsinya. Kecuali makanan yang jelas diharamkan menurut syariat Islam. Sebagaimana hasil wawancara penulis dengan beberapa masyarakat Kota Demak. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan salah satu masyarakat yang bernama Husnul Wafa selaku masyarakat sekitar daerah Demak sebagai berikut, *“Semua makanan halal yang ada di daerah Demak sudah memenuhi persyaratan, dalam Madzhab Syafi’i makanan haram seperti babi, katak, dan buaya selain yang diharamkan dalam Al-Qur’an dan Hadith, kalau menurut Imam Maliki itu semua halal kecuali babi dan anjing”*.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, makanan yang haram untuk dimakan yang sudah dijelaskan dalam *nash* Al-Qur’an, yaitu bangkai (kecuali bangkai ikan dan belalang), darah, daging babi, dan hewan yang disembelih tidak menyebut nama Allah. Menurut Imam Maliki makanan halal semua halal, kecuali babi dan anjing, dengan kata lain Imam Maliki tidak pernah mengonsumsi makanan yang mendatangkan kemudharatan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan salah satu pelaku usaha yang bernama Bu Sri dan Pak Sujamat selaku pelaku UMKM penjual telur gulung sebagai berikut, *“Menurut saya tidak apa, selama yang menjual adalah orang Muslim sah saja, dan yang membuat produk orang Muslim juga maka itu boleh dalam menjual barang yang belum ada label halal. Beberapa warung di pasar juga banyak menjual makanan*

yang belum ada label halal, saya tertarik karena harganya lebih murah tempatnya dekat dengan rumah, pasar, dan pembuatannya itu sudah pasti jelas halal karena yang membuat adalah orang yang beragama Islam”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas masyarakat telah menyakini bahwa produk olahan rumahan yang belum berlabel halal itu sudah pasti halal, karena yang membuat produk-produk tersebut mayoritas beragama Islam, serta masyarakat telah mengetahui keberadaan pedagang rumahan, tempat yang mudah dijangkau, berdekatan dengan pasar, serta penawaran harga yang murah menjadi daya tarik tersendiri dan pembuatan produk olahan makanan sudah diketahui oleh masyarakat menjadi alasan utama masyarakat memilih produk olahan rumahan ini.

Sertifikasi pada makanan itu sangatlah penting untuk menjamin kualitas produk halalnya, pendapat seorang mahasiswa yang bernama Haida Misriah selaku mahasiswa yang mempelajari mata kuliah penjaminan produk halal dengan hal ini yang menyatakan bahwa, *“Menurut saya penting, karena masyarakat kurang peduli dengan itu, sertifikasi halal dengan adanya label halal masyarakat benar-benar terjamin, semisal bahannya, pembuatannya, sumber pembuatannya, sekarang kan banyak makanan yang datang dari luar negeri contoh dari Jepang itu kan kita tidak tahu bahan-bahannya dari apa, dengan adanya label halal itu kan kita bisa tahu bahan-bahan yang digunakan untuk membuatnya. Kalau UMKM yang ada disekitar Demak kan seperti telur gulung itu jelas bahannya jadi kalau tidak ada sertifikasi halal itu tidak masalah karena bisa ditanyakan sekitar kita bahan untuk membuat makanan tersebut”.*

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa kondisi masyarakat Kota Demak saat ini masih abai tentang pentingnya labelisasi pada produk makanan halal, dilihat dari bahannya, proses pembuatannya harus dapat di pastikan. Dengan adanya labelisasi produk makanan maka semua akan terjamin, dari segi kualitas, bahan yang digunakan, dan prosesnya sangat jelas. Konsumen juga akan mementingkan atau melihat hal tersebut agar konsumen yang membelinya merasa aman selain itu penjual harus juga jujur dalam memasarkan produknya bahwa produk tersebut tidak memiliki label halal tapi tetap aman untuk dikonsumsi. Oleh karena itu pentingnya melihat kehalalan dan kesucian dari makanan yang berlabel halal sebagai pedoman umat Muslim untuk memilih makanan yang dikonsumsi. Mengingat firman Allah Swt. tentang keharusan mengonsumsi makanan yang halal, yaitu pada surat Al-Baqarah ayat 168 yang artinya, *“Wahai manusia makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan. Sungguh syaitan itu musuh yang nyata bagimu”.*

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah disampaikan oleh ketiga narasumber dapat disimpulkan bahwa implementasi efektif *halal awareness* untuk mencapai target pasar Muslim millennial melibatkan beberapa strategi dan preferensi konsumen serta pentingnya sertifikasi halal pada makanan guna memberikan kenyamanan, keamanan, dan menarik pelanngan untuk mengkonsumsinya. Terutama makanan yang di impor dari luar negeri dapat mengetahui bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatannya. Kemudian mengenai masyarakat Demak yang tetap mengkonsumsi makanan yang belum berlabel halal di karena kebiasaan dan kepercayaan masyarakat terhadap penjual. Makanan yang belum ada label halal yang ada di Demak belum tentu haram selama pembuatan dan penyajiannya tidak menyalahi aturan Islam. Perputaran makanan yang cepat seperti telur gulung, es limau, dan lain sebagainya tidak perlu memerlukan label halal karena setiap UMKM yang ada di desa daerah Demak sudah mendapat persetujuan dari masyarakat sekitar.

Daftar Pustaka

- Adinugraha, H. H., dan Sartika, M. (2019). Halal Lifestyle di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6 (1), 57-81. <https://doi.org/10.21274/an.2019.6.1.57-81>.
- Amalia, F. A., Sosianika, A., dan Suhartanto, D. (2020). Indonesian Millennials' Halal Food Purchasing: Merely a Habit? *British Food Journal*, 122 (4), 1185-1198. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2019-0748>.
- Bashir, A. M. (2019). Effect of Halal Awareness, Halal Logo, and Attitude on Foreign Consumers' Purchase Intention. *British Food Journal*, 121 (9), 1998-2015.
- Departemen Agama RI. (2012). *Al-Qur'an dan Terjemah*. Surabaya: Sukses Publishing.
- Dhea, S. A. (2022). *Makanan Halal Perspektif Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Palangka Raya*.
- Kurniawati, F., Suryaputri, dan Rossje, V. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Produk Halal. *Taradin: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1 (1).
- Lim, C. M. (2017). Jaminan Produk Halal di Indonesia (Halal Products Guarantee in Indonesia). *Jurnal Legislasi Indonesia*, 14 (1).
- Mariyana, A. A. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Muslim dari Produk Pangan yang Tidak Berlabel Halal dalam Perspektif Hukum Positif yang Terkait di Indoesia dan di Korea. *Dialogia Luridica: Jurnal Hukum Bisnis dan Investasi*.
- Poemono, S. L. (2020). Analisa Perlindungan Hukum Konsumen Produk Makanan Kemasan yang Beredar di Kota Makasar. *Gorontalo Law Review*.

Sup, D. F. A. (2023). Pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dalam Program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) pada Produk Pisang Keju Raja Rasa Ponorogo. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Desa (JPMD)*, 4 (2), 100-112. <https://doi.org/10.58401/jpmd.v4i2.969>.