

Penyuluhan: Urgensi Produk Konsumtif Halal Bagi Masyarakat Muslim Di Kampung Sukarata - Cipaisan Kabupaten Purwakarta

Nunung Kurniasih¹, Itsna Nurhaliza², Evi Purwaningsih³

^{1, 2, 3} STAI. DR.KHEZ Muttaqien Purwakarta

email: nunungk460@gmail.com

Info Artikel :

Diterima :

17-10-2024

Disetujui :

9-11-2024

Dipublikasikan :

28-11-2024

ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan meningkatkan pemahaman masyarakat Kampung Sukarata tentang pentingnya konsumsi produk halal sebagai bagian dari ibadah dan kesehatan. Metode yang digunakan berupa penyuluhan partisipatif melalui sesi interaktif dan diskusi langsung, dilengkapi materi visual. Audiens terdiri dari anggota masyarakat muslim setempat yang belum sepenuhnya memahami manfaat dan cara mengidentifikasi produk halal. Temuan menunjukkan bahwa banyak peserta memiliki kesadaran dasar tentang halal, namun kurang informasi tentang penerapan praktisnya, terutama dalam memilih produk di pasaran. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan peserta mengenai ciri-ciri produk halal dan pengaruhnya terhadap kesehatan dan spiritualitas. Rekomendasi dari hasil ini meliputi penyuluhan lanjutan dan penyediaan panduan edukatif yang lebih mendalam untuk memastikan pemahaman yang berkelanjutan di kalangan masyarakat. Dengan pendekatan ini, diharapkan masyarakat dapat lebih selektif dalam memilih produk konsumsi dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi halal lokal.

Kata Kunci: Penyuluhan, Produk Halal, Kesadaran Masyarakat, Pengabdian

ABSTRACT

This service aims to increase the understanding of the people of Sukarata Village about the importance of consuming halal products as part of worship and health. The method used is in the form of participatory counseling through interactive sessions and direct discussions, equipped with visual materials. The audience consisted of members of the local Muslim community who did not fully understand the benefits and how to identify halal products. The findings showed that many participants had basic awareness about halal, but lacked information about its practical application, especially in choosing products on the market. This activity succeeded in increasing participants' knowledge about the characteristics of halal products and their effects on health and spirituality. Recommendations from these results include further counseling and the provision of more in-depth educational guidance to ensure continued understanding among the community. With this approach, it is hoped that people can be more selective in choosing consumption products and contribute to the growth of the local halal economy.

Keywords: Counseling, Halal Products, Community Awareness, Community Service



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Sabajaya Publisher. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Konsumsi makanan halal dalam Islam bukan sebatas gaya hidup namun sudah menjadi bagian dari aktivitas yang terintegrasi dalam ibadah dan akidah. Islam dengan tegas melarang konsumsi makanan haram dan mewajibkan umatnya untuk mengkonsumsi makanan yang halal dan baik. Hal ini sebagaimana termuat dalam Al-Qur'an Surat Al-Baarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ١٦٨

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 (Q.S. Al-Baqarah: 168).

Halal mengacu pada apa pun yang dianggap diperbolehkan atau halal yang diperbolehkan untuk dimakan. Dalam Islam, Istilah halal tidak hanya fokus pada makanan dan minuman, tetapi fokus pada semua urusan kehidupan sehari-hari, seperti dalam hal kain pakaian, kosmetik dan hubungan antara orang-orang baik dengan Muslim atau non-Muslim. Saat ini, ada permintaan yang kuat untuk produk Halal dari negara Muslim dan non-Muslim yang muncul sebagai ceruk pasar (Ayyub, 2015), khususnya makanan Halal. Seperti yang dinyatakan oleh (Shah Alam & Mohamed Sayuti, 2011), makanan halal diukur dengan bersih, sehat dan enak. Selain itu, Asnawi et al (2018) juga menjelaskan bahwa Halal telah dirujuk sebagai tolak ukur keamanan dan jaminan kualitas.

Lebih jauh lagi, Halal bukan hanya tentang agama Islam, tetapi tentang keamanan, higienis dan proses produk yang bersih. Terlepas dari itu, konsep keberlanjutan aspek kebersihan, sanitasi dan keamanan membuat produk Halal mudah diterima oleh konsumen yang memperhatikan keamanan pangan dan gaya hidup sehat (Rahim, Shafii, & Shahwan, 2013). Hal ini juga penting dalam aspek daya jual produk Halal, dimana produsen tidak hanya perlu fokus pada teknik pemrosesan Islami tetapi juga perlu menerapkan praktik manajemen kualitas total yang sesuai dengan persyaratan keamanan pangan. Keamanan pangan mencakup masalah pengetahuan konsumen tentang bahan dan kualitas serta keamanan isi makanan. Jadi, pengetahuan tentang produk bahan penting bagi pelanggan karena kemungkinan untuk diterima atau ditolak terjadi selama proses keputusan pembelian. Sebagian besar konsumen sangat serius dalam mengetahui apa yang mereka konsumsi dan informasi ini biasanya dikumpulkan melalui pelabelan makanan (Aisyah, 2016).

Saat orang-orang di seluruh dunia menjadi lebih sadar akan kesehatan, prinsip Halal tidak lagi terbatas pada agama semata tetapi menjadi gaya masakan sehat dan higienis yang menarik (Aziz & Chok, 2013). Proses higienis dan bersih mencakup berbagai aspek tubuh pribadi, peralatan dan juga tempat kerja untuk memproses atau membuat produk Halal (Khan & Haleem, 2016). Dari konteks halal, kebersihan berarti bebas dari 'najis', kontaminasi dan kuman berbahaya (M. Ali, 2016). Proses yang higienis dan bersih bertujuan untuk menghasilkan produk yang tidak berbahaya bagi kesehatan manusia. Dalam hal ini, jelas terlihat bahwa halal sangat khusus dalam hal produk terutama dalam menjaga kebersihan manusia dan benda-benda di sekitarnya untuk mencegah penyakit (Ambali & Bakar, 2014).

Kesadaran akan pentingnya konsumsi produk makanan halal tentunya penting ditanamkan kepada masyarakat. Pasalnya tidak sedikit kaum muslim yang abai terhadap kehalalan produk yang mereka konsumsi. Adapula sebagaimana masyarakat muslim yang peduli namun kurang memiliki pengetahuan mengenai kehalalan produk. Untuk itu diperlukan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya produk konsumsi halal kepada masyarakat untuk meningkatkan kesadaran dan perilaku konsumtif halal.

Pada masyarakat muslim seperti di Indonesia, peran majlis taklim sangat strategis dalam mengedukasi masyarakat melalui aktivitas pengajian dan keagamaan lainnya. Majlis taklim Uswatun Hasanah YPI Uswatun Hasanah merupakan lembaga sosial keagamaan yang rutin mengedukasi masyarakat mengenai aspek ibadah, akidah dan muamalah. Jama'ah majlis memiliki motivasi dan kepedulian yang baik dalam penanaman akidah dan pola hidup Islami. Namun, berdasarkan studi awal, sosialisasi dan edukasi terkait konsumsi produk halal pernah dilaksanakan namun baru sebatas pada hukum halal-haram mengkonsumsi secara fiqh. Kajian kontemporer yang membahas perkembangan produk, tips hidup dengan makanan halal, faktor-faktor yang mempengaruhi, dan mengidentifikasi kehalalan produk makanan belum dikaji secara lebih lanjut.

Berdasarkan kajian awal tersebut, tim dosen STAI DR.KHEZ.Muttaqien Purwakarta merasa penting melakukan edukasi kepada masyarakat di lingkungan Majlis taklim Uswatun Hasanah YPI Uswatun Hasanah melalui tindakan penyuluhan guna meningkatkan wawasan, keterampilan, dan perilaku masyarakat untuk menerapkan pola hidup konsumtif halal

METODE

Metode dalam Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan melalui pendekatan penyuluhan partisipatif yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat di Kampung Sukarata, Cipaisan, Kabupaten Purwakarta mengenai pentingnya memilih produk konsumtif yang halal. Metode partisipatif ini dilakukan dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari persiapan hingga evaluasi, sehingga diharapkan dapat tercipta kesadaran yang berkelanjutan tentang pentingnya produk halal bagi masyarakat muslim setempat. Penyuluhan ini akan

menitikberatkan pada komunikasi dua arah antara tim PKM dan masyarakat untuk menggali pemahaman awal, kebutuhan, serta potensi hambatan dalam pemilihan produk halal di lingkungan mereka.

Tahapan pelaksanaan PKM ini mencakup persiapan materi penyuluhan yang relevan, pelatihan singkat untuk tim fasilitator, serta persiapan media komunikasi seperti poster, leaflet, dan presentasi visual yang mudah dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat. Penyuluhan dilakukan melalui sesi ceramah interaktif yang mengedepankan dialog aktif dengan warga. Selain itu, akan disediakan sesi tanya jawab agar masyarakat dapat menyampaikan keraguan atau pertanyaan terkait produk halal, yang kemudian dijelaskan oleh fasilitator. Dengan demikian, metode ini bukan hanya sekedar penyuluhan satu arah, tetapi juga menjadi ajang diskusi yang mengedukasi sekaligus memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap produk yang benar-benar halal.

Untuk mengukur efektivitas penyuluhan ini, evaluasi akan dilakukan melalui kuisioner sederhana yang diisi oleh peserta di akhir kegiatan. Selain itu, diskusi kelompok terarah (FGD) akan dilakukan untuk menggali lebih dalam pemahaman dan tanggapan masyarakat terhadap informasi yang diberikan. Hasil evaluasi ini akan digunakan untuk menilai peningkatan pemahaman tentang produk halal dan kesadaran masyarakat dalam memilih produk konsumtif yang sesuai dengan prinsip syariah. Di samping itu, hasil evaluasi ini juga menjadi masukan bagi tim PKM untuk melakukan perbaikan dan pengembangan dalam kegiatan penyuluhan serupa di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas pengabdian masyarakat yang berfokus pada penyuluhan "Urgensi Produk Konsumtif Halal bagi Masyarakat Muslim di Kampung Sukarata - Cipaisan, Kabupaten Purwakarta" dirancang untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya memilih produk halal dalam kehidupan sehari-hari. Berikut adalah penjelasan rinci tentang aktivitas yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini:

1. Perencanaan dan Persiapan Materi Penyuluhan

Tim pengabdian memulai dengan merancang materi penyuluhan yang relevan dan mudah dipahami oleh masyarakat. Materi ini mencakup penjelasan tentang konsep halal dalam Islam, dasar hukum yang mendukung konsumsi halal (seperti yang tercantum dalam Al-Qur'an), dan aspek-aspek kesehatan yang berkaitan dengan produk halal. Tim juga menyiapkan alat bantu seperti poster, leaflet, dan presentasi visual untuk memudahkan pemahaman.

2. Pelaksanaan Penyuluhan

Penyuluhan dilaksanakan dalam beberapa sesi yang sistematis dan interaktif:

a. Sesi Pendahuluan:

Sesi ini dimulai dengan pembukaan yang dibuka oleh pimpinan Majelis taklim Uswatun Hasanah yang di lanjutkan pemaparan dasar-dasar konsep halal, urgensinya dalam Islam, serta dampaknya terhadap kesehatan dan spiritualitas.



Gambar 1. Sesi Pembukaan dan Pendahuluan

Tim penyuluhan menekankan bahwa konsumsi halal memiliki makna lebih dalam daripada sekedar pilihan gaya hidup; ini adalah bentuk ibadah yang mencerminkan ketaatan umat Muslim kepada Allah. Dengan mengonsumsi produk halal, seorang Muslim menjalankan perintah agama yang

melindungi tubuh dan jiwa dari hal-hal yang dilarang. Hal ini memperkuat ikatan spiritual sekaligus memperkuat nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari..

b. Sesi Pemahaman Teknis Halal

Pada tahap ini, tim menjelaskan kriteria halal dan haram, cara mengenali label halal resmi, dan informasi mengenai produk-produk umum yang sering dikonsumsi. Peserta diberikan panduan praktis untuk membedakan produk halal dengan yang tidak halal, baik melalui sertifikasi maupun identifikasi bahan-bahan. Kegiatan PKM ini memberikan pemahaman mendalam kepada jamaah tentang pentingnya kesadaran terhadap produk halal dalam kehidupan sehari-hari. Materi yang disampaikan mencakup:

- 1) Pengertian dan Manfaat Produk Halal
Menjelaskan definisi halal, manfaat kesehatan, dan kesejahteraan batin yang didapatkan dengan mengonsumsi produk halal.
- 2) Ciri-ciri Produk Halal yang Perlu Diketahui Konsumen
Memberikan tips mudah untuk mengenali produk halal, termasuk tanda-tanda atau label resmi yang menjamin kehalalan suatu produk.
- 3) Pentingnya Mendukung Produk Halal Lokal
Mendorong masyarakat untuk mendukung ekonomi lokal melalui pilihan konsumsi produk halal yang diproduksi dalam negeri.

c. Sesi Diskusi dan Tanya Jawab:

Setelah materi disampaikan, tim membuka ruang diskusi dan tanya jawab, di mana masyarakat dapat bertanya lebih lanjut atau berbagi pengalaman mereka terkait konsumsi produk halal. Sesi ini juga menjadi kesempatan untuk mendiskusikan kendala yang dihadapi dalam memilih produk halal, seperti ketersediaan produk halal di pasar lokal atau kesulitan dalam memahami pelabelan produk.



Gambar 2. Diskusi dan Tanya Jawab

Para jamaah memberikan respon yang sangat positif terhadap materi penyuluhan. Beberapa dari mereka menyampaikan bahwa pengetahuan tentang produk halal sangat penting untuk menjaga kualitas konsumsi keluarga. Dalam sesi tanya jawab yang berlangsung interaktif, jamaah banyak mengajukan pertanyaan kritis, antara lain mengenai:

- 1) Bagaimana cara membedakan produk halal dan haram saat tidak ada label resmi? Jawaban: Tim PKM memberikan panduan untuk mengenali ciri-ciri umum serta merekomendasikan untuk mengutamakan produk yang telah memiliki sertifikat halal resmi dari otoritas terkait.
- 2) Bagaimana menyikapi produk impor yang belum memiliki label halal? Jawaban: Dosen memberikan saran agar konsumen berhati-hati dan memprioritaskan produk yang jelas status kehalalannya atau mencari informasi tambahan dari sumber terpercaya.

d. Sesi Penutupan dan Penguatan Kesadaran:

Sesi ini merupakan bagian akhir dari penyuluhan, di mana tim menyimpulkan informasi yang disampaikan dan memberikan dorongan kepada peserta untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari. Peserta juga diberikan leaflet dan booklet sebagai panduan praktis yang dapat mereka bawa pulang.

3. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Setelah penyuluhan selesai, tim melakukan evaluasi untuk menilai tingkat pemahaman peserta. Evaluasi dilakukan diskusi kelompok terarah (FGD) untuk mendalami perubahan persepsi dan

kesadaran peserta terhadap produk halal. Hasil dari evaluasi ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai produk halal.



Gambar 3. Komitmen Tindak Lanjut Kegiatan PKM

Tindak lanjut dari kegiatan ini meliputi rencana untuk melakukan penyuluhan lanjutan serta menyediakan materi edukasi tambahan bagi masyarakat untuk memastikan pemahaman tentang konsumsi halal semakin mendalam dan aplikatif. Secara keseluruhan, aktivitas pengabdian ini berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya konsumsi produk halal sebagai bagian dari ibadah dan kesehatan, serta memberikan bekal pengetahuan praktis untuk mengidentifikasi produk halal di pasaran.

Pembahasan

Memilih produk halal dalam kehidupan sehari-hari sangat penting, terutama bagi masyarakat Muslim, karena berkaitan dengan keyakinan agama dan kesehatan. Produk halal tidak hanya menjamin bahwa makanan dan minuman yang dikonsumsi sesuai dengan syariat Islam, tetapi juga memberikan jaminan kualitas dan keamanan bagi konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa kesadaran akan pentingnya produk halal semakin meningkat, seiring dengan pertumbuhan populasi Muslim global yang mencapai 1,9 miliar jiwa, yang mendorong permintaan akan produk halal di berbagai sektor, termasuk makanan, minuman, dan kosmetik (Nurhasah, Munandar, & Syamsun, 2018). Selain itu, Lubis, Saidin, Agusmidah, & Sukarja (2022) dalam risetnya mengatakan bahwa sertifikasi halal menjadi standar yang diharapkan oleh konsumen, yang berfungsi sebagai indikator kepercayaan terhadap produk yang mereka konsumsi.

Konsumsi produk halal memiliki makna yang lebih dalam daripada sekadar pilihan gaya hidup; ia merupakan bentuk ibadah yang mencerminkan ketaatan umat Muslim kepada Allah. Dengan mengonsumsi produk halal, seorang Muslim tidak hanya menjalankan perintah agama, tetapi juga melindungi tubuh dan jiwa dari hal-hal yang dilarang, yang pada gilirannya memperkuat ikatan spiritual dan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian menunjukkan bahwa kesadaran akan pentingnya konsumsi halal sangat terkait dengan tingkat religiositas individu, di mana semakin tinggi kesadaran halal, semakin besar pula niat untuk mengonsumsi produk halal (Ali, Guo, Sherwani, & Ali, 2017; Asnawi, Sukoco, & Fanani, 2018; Usman, Chairy, & Projo, 2021).

Konsumsi halal bukan hanya sekadar kepatuhan terhadap hukum, tetapi juga merupakan manifestasi dari komitmen moral dan etika yang mendalam terhadap ajaran Islam (Istiasih, 2022). Selain itu, konsumsi halal juga berfungsi sebagai sarana untuk memperkuat identitas Muslim dalam masyarakat yang beragam, memberikan rasa aman dan nyaman dalam menjalani kehidupan sehari-hari (Diana, Yurista, Fatimah, & Madrah, 2023). Dengan demikian, pilihan untuk mengonsumsi produk halal bukan hanya sekadar pilihan pribadi, tetapi juga merupakan bagian integral dari praktik keagamaan yang mendalam dan komprehensif.

Dalam penyuluhan, masyarakat diedukasi mengenai kriteria halal dan haram, cara mengenali label halal resmi, dan informasi mengenai produk-produk umum yang sering dikonsumsi. Peserta diberikan panduan praktis untuk membedakan produk halal dengan yang tidak halal, baik melalui sertifikasi maupun identifikasi bahan-bahan. Dengan pemahaman yang baik tentang kriteria halal, masyarakat dapat lebih mudah membedakan produk yang sesuai dengan syariat Islam dan yang tidak, sehingga dapat menghindari konsumsi barang yang dilarang. Selain itu, hasil temuan riset Jameelah &

Puteri (2020) menggambarkan bahwa pengetahuan tentang cara mengenali label halal resmi membantu konsumen untuk memastikan bahwa produk yang mereka beli telah melalui proses sertifikasi yang sah, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan terhadap produk tersebut. Panduan praktis yang diberikan dalam edukasi ini juga mencakup identifikasi bahan-bahan yang digunakan dalam produk, sehingga masyarakat dapat lebih kritis dalam memilih barang yang akan dikonsumsi. Dengan demikian, senada dengan Savitri & Putra (2022), edukasi tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan spiritual umat Muslim, tetapi juga berkontribusi pada kesehatan dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan, serta memperkuat nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari.

Untuk membedakan produk halal dan haram ketika tidak ada label resmi, konsumen dapat memperhatikan beberapa aspek penting. Pertama, cek bahan atau komposisi produk secara cermat, terutama untuk menghindari bahan yang tidak halal seperti babi atau alkohol; biasanya bahan-bahan ini dicantumkan dalam label komposisi. Kedua, cari informasi tambahan dari produsen atau sumber terpercaya, misalnya melalui situs web atau layanan pelanggan, untuk memastikan proses produksi yang sesuai dengan prinsip halal. Selain itu, mempertimbangkan reputasi produsen juga penting, karena beberapa produsen telah dikenal luas dalam menyediakan produk halal. Jika masih ragu, pilihlah produk dari produsen yang memiliki rekam jejak kehalalan yang jelas atau pertimbangkan produk alternatif yang lebih aman dan memenuhi syarat halal.

Menyikapi produk impor yang belum memiliki label halal memerlukan kehati-hatian dan pengetahuan dari konsumen Muslim. Pertama, periksa bahan atau komposisi produk secara cermat, terutama jika berasal dari negara yang tidak mayoritas Muslim, karena mungkin mengandung bahan yang tidak halal seperti gelatin dari babi atau alkohol. Kedua, konsumen dapat mencari informasi tambahan mengenai produsen atau menghubungi layanan pelanggan untuk memastikan proses produksi dan bahan yang digunakan. Jika masih ada keraguan, disarankan untuk menghindari produk tersebut atau memilih alternatif yang lebih terjamin kehalalannya dari sumber yang memiliki reputasi halal yang kuat. Sikap ini penting untuk menjaga prinsip kehalalan dan memastikan produk yang dikonsumsi sesuai dengan nilai-nilai agama.

Tindak lanjut dari kegiatan penyuluhan ini melibatkan rencana untuk memberikan edukasi lanjutan melalui penyuluhan tambahan serta penyediaan materi yang lebih komprehensif agar masyarakat dapat memahami dan mengaplikasikan konsep konsumsi halal secara mendalam. Penambahan materi edukasi ini penting, karena pemahaman yang berkelanjutan tentang halal akan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kesehatan, kualitas, dan spiritualitas konsumsi halal sebagai bagian dari ibadah.

Temuan PKM ini sejalan dengan riset Amrin, Supriyanto, & Ardiansyah (2022) yang menyatakan bahwa literasi halal memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif yang sehat dan aman, karena memberikan pemahaman yang mendalam tentang kriteria halal dan haram serta cara mengenali produk yang sesuai dengan syariat Islam. Dengan meningkatnya literasi halal, individu menjadi lebih sadar akan pentingnya memilih produk yang tidak hanya halal, tetapi juga berkualitas dan aman untuk dikonsumsi (Rohim & Priyatno, 2021). Penelitian menunjukkan bahwa ketika masyarakat memiliki pengetahuan yang baik tentang literasi halal, mereka cenderung lebih selektif dalam berbelanja, yang berdampak positif pada kesehatan fisik dan mental mereka (Fandhy & Robino, 2023). Selain itu, literasi halal juga berkontribusi dalam membentuk pola konsumsi yang lebih bertanggung jawab, di mana konsumen tidak hanya mempertimbangkan aspek religius tetapi juga etika dan keberlanjutan dari produk yang mereka pilih. Dengan demikian, edukasi mengenai literasi halal melalui penyuluhan tidak hanya memperkuat identitas keagamaan, tetapi juga mendorong perilaku konsumtif yang lebih sehat dan aman dalam masyarakat.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat Kampung Sukarata mengenai pentingnya memilih produk konsumtif yang halal, yang tidak hanya memenuhi tuntutan agama tetapi juga berdampak positif pada kesehatan dan kualitas hidup. Penyuluhan ini membantu masyarakat memahami bahwa konsumsi produk halal adalah bentuk ibadah yang memperkuat nilai-nilai spiritual dan ketaatan kepada Allah. Melalui sesi penyuluhan, diskusi interaktif, dan panduan praktis, masyarakat memperoleh pengetahuan yang lebih baik tentang cara mengidentifikasi produk halal di pasaran dan dampak positifnya terhadap kesejahteraan. Evaluasi

menunjukkan peningkatan kesadaran peserta, yang diharapkan akan mendorong penerapan pola hidup halal secara lebih konsisten dan menyebarkan wawasan ini ke lingkungan sekitar mereka..

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, M. (2016). Consumer Demand on Halal Cosmetics and Personal Care Products in Indonesia. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 9(1), 125–142. <https://doi.org/10.15408/aiq.v9i1.1867>
- Ali, A., Guo, X., Sherwani, M., & Ali, A. (2017). Factors Affecting Halal Meat Purchase Intention. *British Food Journal*, 119(3), 527–541. <https://doi.org/10.1108/bfj-10-2016-0455>
- Ali, M. (2016). The Concept of Halal Food in Sharia Perspective and Product Responsibility of Halal Industr. *Ahkam: Jurnal Ilmu Syariah*, 16(2), 291–306. <https://doi.org/10.15408/ajis.v16i2.4459>
- Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-makers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121(October), 3–25. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1104>
- Amrin, A., Supriyanto, S., & Ardiansyah, A. (2022). ANALISIS LITERASI HALAL DALAM MEMBENTUK GAYA HIDUP ISLAMI DI PERGURUAN TINGGI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta). *Fikrah Journal of Islamic Education*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.32507/fikrah.v6i1.1311>
- Asnawi, N., Sukoco, B. M., & Fanani, M. A. (2018a). Halal products consumption in international chain restaurants among global Moslem consumers. *International Journal of Emerging Markets*, 13(5), 1273–1290. <https://doi.org/10.1108/IJoEM-11-2017-0495>
- Asnawi, N., Sukoco, B. M., & Fanani, M. A. (2018b). Halal Products Consumption in International Chain Restaurants Among Global Moslem Consumers. *International Journal of Emerging Markets*, 13(5), 1273–1290. <https://doi.org/10.1108/ijoem-11-2017-0495>
- Ayyub, R. M. (2015). Exploring perceptions of non-Muslims towards Halal foods in UK. *British Food Journal*, 117(9), 2328–2343. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2014-0257>
- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 25(1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/08974438.2013.723997>
- Diana, Z. A., Yurista, D. Y., Fatimah, A., & Madrah, M. Y. (2023). Halal Food Consumption in the New Normal Era: An Analysis of Muslim Preferences. *Adzkiya Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 11(1), 23. <https://doi.org/10.32332/adzkiya.v11i1.6805>
- Fandhy, A., & Robino, R. (2023). The Upaya Kementerian Agama Kota Medan Dalam Menyuluh Masyarakat Muslim Terhadap Urgensi Konsumsi Produk Halal. *Kuriositas Media Komunikasi Sosial Dan Keagamaan*, 16(1), 32–44. <https://doi.org/10.35905/kur.v16i1.5880>
- Istiasih, H. (2022). Ethics of Halal and Thayyib Food Consumption Behavior: The Era of Post Pandemic COVID-19. *International Journal of Research and Review*, 9(11), 437–450. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20221160>
- Jameelah, M., & Puteri, N. E. (2020). Penerapan Cara Produksi Pangan Yang Baik Pada Industri Kecil Menengah (IKM) Yang Telah Tersertifikasi Halal LPPOM MUI Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Sains Dan Teknologi*, 5(4), 197. <https://doi.org/10.36722/sst.v5i4.418>
- Khan, M. I., & Haleem, A. (2016). Understanding “Halal” and “Halal Certification & Accreditation System” - A Brief Review. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 1(1), 32–42.
- Lubis, M. F., Saidin, O., Agusmidah, A., & Sukarja, D. (2022). Kesadaran Hukum Pelaku UMKM Di Kabupaten Labuhanbatu Selatan Terhadap Sertifikasi Halal Pasca Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja. *Locus Journal of Academic Literature Review*, 322–332. <https://doi.org/10.56128/ljoalr.v1i6.83>
- Nurhasah, S., Munandar, J. M., & Syamsun, M. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal Pada Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 8(3), 250–260. <https://doi.org/10.29244/jmo.v8i3.22473>
- Rahim, N. F., Shafii, Z., & Shahwan, S. (2013). Awareness and Perception of Muslim Consumers on Non-Food Halal Product. *Journal of Social and Development Sciences*, 4(10), 478–487. <https://doi.org/10.22610/jsds.v4i10.787>
- Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. (2021). Pola Konsumsi Dalam Implementasi Gaya Hidup Halal. *Maro Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 4(2), 26–35. <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1302>

- Savitri, N. A., & Putra, R. R. (2022). Sosialisasi Sistem Jaminan Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). *Sewagati*, 6(2). <https://doi.org/10.12962/j26139960.v6i2.217>
- Shah Alam, S., & Mohamed Sayuti, N. (2011). Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in halal food purchasing. *International Journal of Commerce and Management*, 21(1), 8–20. <https://doi.org/10.1108/10569211111111676>
- Usman, H., Chairy, C., & Projo, N. W. K. (2021). Impact of Muslim Decision-Making Style and Religiosity on Intention to Purchasing Certified Halal Food. *Journal of Islamic Marketing*, 13(11), 2268–2289. <https://doi.org/10.1108/jima-01-2021-0027>