JIUBJ

Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 22(3), Oktober 2022, 1376-1382
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat universitas Batanghari Jambi
ISSN 1411-8939 (Online), ISSN 2549-4236 (Print)
DOI 10.33087/jiubj.v22i3.2473

Kesadaran Halal Masyarakat terhadap Produk UMKM Makanan di Kota Bengkulu

Tri Wahyuni, Miti Yarmunida, Debby Arisandi
Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu
Correspondence email: triwahyuni10071999@gmail.com, yarmunidamiti@gmail.com, debbyarisandi@gmail.com

Abstrak. Saat ini produk UMKM terus meningkat tidak terkecuali dalam bidang makanan. Produk UMKM makanan tidak hanya dalam bentuk kemasan tetapi juga ada pelaku usaha UMKM yang menyediakan makan langsung ditempat dan bahan makanan tersebut berasal dari daging. Menurut data LPPOM MUI, tercatat ada 318 produk UMKM di Provinsi Bengkulu. 162 terdapat di Kota Bengkulu. Seiring berkembangnya gaya hidup halal *(halal life style*) menjadikan masyarakat lebih selektif dalam memilih makanan dengan cara memperhatikan ketersediaan label halal pada tempat makan karena tidak semua produk UMKM telah bersertifikat halal Untuk, itu diperlukan kesadaran halal masyarakat sebelum mengkonsumsi makanan khususnya berbahan dasar daging hal ini terkait dengan penyembellihan hewan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah masyarakat generasi milenial mengerti yang dimaksud dengan kesadaran halal dan bagaimana kesadaran halal masyarakat generasi milenial `terhadap produk UMKM Makanan di Kota Bengkulu. Jenis metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan sampel *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukan bahwa masyarakat generasi milenial sadar dan mengerti akan kesadaran halal karena merupakan suatu kewajiban agama dalam menjalankannya. Perilaku atau tindakan masyarakat generasi milenial selaras dengan pengetahuan yang dimiliki dan diaplikasikan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. Seperti kesadaran halal untuk mengkonsumsi makanan halal dan *toyyib*. Sebelum, memgkonsumsi generasi milenial memperhatikan terlebih dahulu proses produksi, pengemasan, bahan baku atau komposisi, kebersihan dan keamanan serta mencari informasi ketersediaan ada atau tidakya label halal pada tempat makan produk UMKM tersebut.

Kata kunci: Generasi Milenial; Kesadaran Halal; UMKM

Abstract. *Currently, MSME products continue to increase and are not optimistic in the food sector. MSME food products are not in the form of packaging but also there are only MSME business actors who provide food directly on the spot and the food ingredients come from meat. According to LPPOM MUI data, there are 318 MSME products recorded in Bengkulu Province. 162 is located in Bengkulu City. Along with the development of the halal lifestyle, people are more selective in choosing food by paying attention to the availability of halal labels in places to eat because not all MSME products are halal certified. For this reason, public awareness of halal is needed before consuming food, especially meat-based, this is related to animal slaughter. This study aims to find out whether the millennial generation understands what is meant by halal awareness and how the millennial generation's halal awareness of MSME Food products in Bengkulu City. The type of research used is descriptive qualitative with purposive sampling as the sample collection. The results of the study show that the millennial generation is aware of and understands the halal awareness of a religious obligation in carrying it out. The behavior or actions of the millennial generation are in line with the knowledge they have and their application in everyday life. Such as halal awareness to consume halal food and toys. Before consuming the millennial generation, first pay attention to the production process, packaging, raw materials or composition, cleanliness and safety and look for information on the availability of halal labels on the MSME products.*

Keywords*: MSME; Halal Awareness; Mllennial Generation*

PENDAHULUAN

Makanan merupakan kebutuhan terpenting dalam kehidupan karena sumber energi utama bagi tubuh untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Banyak produk makanan yang beredar di pasaran dengan komposisi bahan yang berbeda-beda yang tidak jarang megandung bahan berbahaya atau tidak layak konsumsi oleh masyarakat. Kehalalan suatu produk makanan merupakan hal yang sangat urgent atau penting mengingat mayoritas penduduk Indonesia khususnya di Provinsi Bengkulu beragama Islam sehingga halal atau tidaknya suatu produk makanan menjadi keharusan untuk diperhatikan. Konsep halal dan haram sangat penting karena berkaitan dengan tingkat keimanan seseorang Muslim. Sehingga seorang Muslim dituntut untuk mempunyai kesadaran halal. Kesadaran halal (*halal awareness*) adalah keadaan sadar seorang Muslim memiliki pengetahuan syariah mengetahui proses penyembelihan yang tepat dan mengutamakan makanan halal untuk dikonsumsi (Septiani & Ridlwan, 2020). Kesadaran dalam konteks halal berarti mengerti tentang apa yang baik atau boleh dikonsumsi dan mengerti apa yang buruk dan tidak boleh dikonsumsi sesuai dengan aturan dalam agama Islam yang ada pada Al-Qur'an dan Hadits (Pramintasari & Fatmawati, 2017). Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah al-Baqaroh ayat 168, berbunyi:

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا ۖوَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

Artinya: "*Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu*."

Ketentuan UU Nomor 33 Tahun 2014 perihal Jaminan Produk Halal (UU JPH), pada pasal 4 berbunyi "Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal". Hal ini menyangkut setiap produk (makanan, mimuman, obat-obatan dan kosmetika) yang masuk, beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal (Wadjadi, 2019). Hal ini juga berlaku bagi produk UMKM yang semakin berkembang di pasaran. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kegiatan produktif milik individu ataupun lembaga usaha yang memiliki kriteria usaha dengan jumlah karyawan, skala usaha dan omzet relative kecil serta umumnya didirikan dengan modal yang terbatas (Hartarto, 2021). Makanan instan atau produk dalam kemasan sangat digemari oleh masyarakat khususnya kaum milenial begitu juga dengan makanan produk UMKM yang telah banyak variasi tidak hanya dalam kemasan tetapi juga tersedia makan langsung ditempat. Generasi milenial ialah mereka yang lahir antara tahun 1980-2000 (Madiistriyatno, Harries dan Haiwijaya, 2019). Untuk itu, diperlukan jaminan produk halal melalui Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UUJPH) sebagai hukum legal dan jaminan bagi konsumen.

Berdasarkan data dari LPPOM MUI jumlah UMKM Kota Bengkulu yang terdaftar yaitu sebanyak 162 produk, 87 diantaranya telah expired dan belum memperpanjang sertifikat halal. Berdasarkan perhitungan tersebut 53,70% produk UMKM di Kota Benglulu yang terdaftar di LPPOM MUI sudah expired dan belum memperpanjag, sedangkan sisanya sekitar 46,29% yang masih berlaku. Sehingga dapat dilihat bahwa, UMKM di Kota Bengkulu lebih banyak yang expired. Hal ini, juga diiringi dengan kurangnya kesadaran masyarakat Kota Bengkulu terhadap pentingnya. Kesadaran produk halal. Dimana masyarakat awam masih beranggapan bahwa pedagang Muslim pasti menjual produk halal.

Tabel 1
Daftar Produk Halal LPPOM-MUI Kota Bengkulu Tahun 2014-2021

No	Jenis	Nama	Nomor Sertifikat	Produsen	Alamat	Status
1	Restoran dan Katering	Restoran	11160002391117	Albaik Chicken	Jl. Mahakam Kel. Lingkar Barat Kec. Gading Cempaka Kota Bengkulu	Perpanjang
2	Restoran dan Katering	Bakso	11160002800419	Bakso Super Cah Solo	Jl. Batang Hari No. 100 RT. 11 RW. 04 Kel. Tanah Patah Kota Bengkulu	Belum Perpanjang
3	Restoran dan Katering	Produk Terlampir	11160002810419	Karomah Chicken	Jl. Asahan No. 08 RT. 05 RW. 12 Padang Harapan Kota Bengkulu	Belum perpanjang
4	Restoran dan Katering	Restoran	11160002231216	Pantiez Pizza	Jl. S. Parman No. 98 RT. 04 RW. 02 Kel. Padang Jati Kota Bengkulu	Belum Perpanjang

Sumber: Data Diolah

Terdapat banyak sekali produk UMKM yang telah terdaftar di LPPOM-MUI dari Tahun 2014-2021. Peneliti memilih pada 4 data produk tersebut yang dirasa cukup untuk mewakili tingkat kesadaran halal masyarakat pada produk UMKM makanan di kota Bengkulu khususnya berbahan dasar daging yang rentan terhadap kehalalan produk karena berkaitan dengan penyembelihan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah masyarakat generasi milenial mengerti mengenai kesadaran halal dan bagaimana kesadaran halal masyarakat generasi milenial terhadap produk UMKM makanan di kota Bengkulu.

Tinjauan Pustaka

Kesadaran Halal (Halal Awareness)

Kesadaran yaitu kemampuan bagaimana merasakan suatu kejadian serta objek, konsep tentang menyiratkan persepsi terhadap kejadian atau subjek (Lailla & Tarmizi, n.d.). Kesadaran halal adalah keadaan sadar seorang Muslim memiliki pengetahuan syariah mngetahui proses penyembelihan yang tepat dan mengutamakan makanan halal untuk dikonsumsi (Septiani & Ridlwan, 2020). Kesadaran halal merupakan suatu keadaan dimana seseorang memiliki ketertarikan terhadap suatu barang dan jasa halal karena telah memiliki pengalaman dan informasi cukup atas barang dan jasa tersebut (Fathoni, 2021). Kesadaran dalam konteks halal berarti mengerti dan mengetahui yang boleh dan tidak boleh dikonsumsi sesuai aturan dalam agama Islam menurut Al-Qur'an dan Hadits (Pramintasari & Fatmawati, 2017).

Indikator Kesadaran Halal

Makanan (benda) menjadi haram karena jenis-jenis yang diharamkan seperti alkohol, babi dan sebagainya termasuk produk turunannya (alkohol, gelatin dan lainnya) serta haram karena cara mendapatkannya meliputi harta benda untuk memperolehnya dan proses pembuatannya (Purwanto et al., n.d.). Syarat kehalalan suatu produk, diantaranya: (a)

Tidak mengandung bahan yang berasal dari babi; (b) Tidak terdapat bahan-bahan yang diharamkan seperi bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran-kotoran dan lain sebagainya; (c) Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam; (d) Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengolahan, dan transportasinya tdak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam; dan (e) Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar (Ekonomi et al., 2018)

Produk makanan halal menurut Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah produk yang memenuhi persyaratan halal, yaitu: (a) Tidak mengandung babi dan turunannya; (b) Tidak mengandung khamar; (c) Semua daging harus berasal dari hewan yang disembelih menurut tata cara Islam; (d) Tidak mengandung bahan yang dilarang atau hal-hal lain yng tergolong najis seperti: bangkai, darah, zat yang berasal dari kotoran manusia dan lain sebaginya; dan (e) Penyimpanan, pnjualan, proses pengolahan, dan sarana transportasi pada produk halal tidak digunakan untuk babi atau barang lainnya. Jika, telah digunakan, terlebih dahulu harus dibersihkan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan dalam hukum Islam. Penggunaan fasilitas untuk alternative barang halal dan non-halal tidak diizinkan (Farhan & Andriansyah, 2016).

Beberapa faktor yang menjadi indikator kesadaran konsumen dalam memilih produk halal, yaitu: (a) Bahan baku halal merupakan salah satu faktor penting yang harus dipahami konsumen. Seorang konsumen dalam memilih produknya harus mengetahui komposisi bahan yang digunakan dalam suatu produk; (b) Kewajiban agama, kehalalan sebuah poduk menjadi prioritas dan komitmen untuk konsumen muslim dalam menjalankan agamanya. Oleh sebab itu, kewajiban mengkonsumsi produk halal adalah salah satu tolak ukur kesadaran halal konsumen Muslim; (c) Proses Produksi, juga penting bagi konsumen hal ini dapat diketahui melalui televise atau media intrnet; (d) Kebersihan produk dapat dilihat dari kemasan atau penyajiannya; dan (e) Pegetahuan mengenai produk halal intenasional. Barang yang beredar di pasaran tidak hanya barang yang berasal dari dalam negeri, tetapi banyak juga barang yang berasal dari luar negeri. Untuk itu, pengetahuan tentang produk dari luar negeri harus diperharikan konsumen (Efendi, 2020). Sedangkan pengukuran variabel kesadaran halal, yaitu: (a) Sadar akan halal; (b) Sadar halal merupakan kewajiban agama; (c) Kebersihan dan keamanan makanan; (d) Pentingnya mengetahui proses pengemasan; dan (e) Cermat terhadap pengemasan produk halal internasional (Lailla & Tarmizi, n.d.).

Sertifikasi Halal

Produk halal merupakan produk yang dinyatakan halal sesuai dengan aturan syatiah (Munir et al., 2019). Sertifikasi halal ialah jaminan keamanan bagi umat Islam untuk mengkonsumsi produk makanan sesuai dengan ajaran Islam (Basri & Kurniawati, 2019). Labelisasi halal adalah pencatuman tulisan pernyataaan halal atau logo yang terdiri dari huruf Arab membentuk kata halal didalam sebuah lingkaran pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal (Ekonomi et al., 2018). Proses penerbitan sertifikasi halal akan melibatkan BPJPH, Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) (Subianto & Pratiwi, 2018). Pencatuman sertifikasi dan label halal suatu sarana komunikatif yang efektif kepada konsumen untuk memudahkan konsumen memilah makanan halal lebih mudah (Setyaningsih & Marwansyah, 2019).

Generasi Milenial

Generasi milenial merupakan mereka yang lahir antara tahun 1980-2000 (Madiistriyatno, 2019). Generasi milenial disebut juga generasi Y ialah generasi yang lahir pada masa perkembangan internet yang pesat sehingga memanfaatkan teknologi dan informasi dalam kegiatan sehari-hari, seperti menggunakan media sosial dan instan messaging (Huda et al., 2021). Ada beberapa macam karakteristik dari generasi milenial, yaitu: (1) Lahir dan tumbuh dengan perkembagan teknologi (laptop, ponsel, smartphone dan gudget lainnya); (2) Lebih memilih untuk berkomunikasi melalui e-mail atau pesan teks; (3) Lebih memilih webinar dan teknologi online untuk presentasi pelajaran; (4) Memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap pimpinan; (5) Tidak takut bertanya; (6) Menginginkan pekerjaan yang berat dengan belajar lebih baik; (7) Harga diri yang tinggi, *sense of entitlement dan self conferred*; dan (8)mGenerasi yang mempunyai harga diri tinggi, percaya diri dan yang paling peduli terhadap pendidikan (Madiistriyatno, 2019)

Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM)

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kegiatan produktif milik individu atau lembaga usaha yang memiliki kriteria usaha dengan jumlah karyawan, skala usaha dan omzet relatif kecil serta umumnya didirikan dengan modal yang terbatas (Hartarto, 2021). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM), (Sarfiah et al., 2019) didefinisikan sebagai berikut: (1) Usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini; (2) Usaha kecil ialah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang

perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini; dan (3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

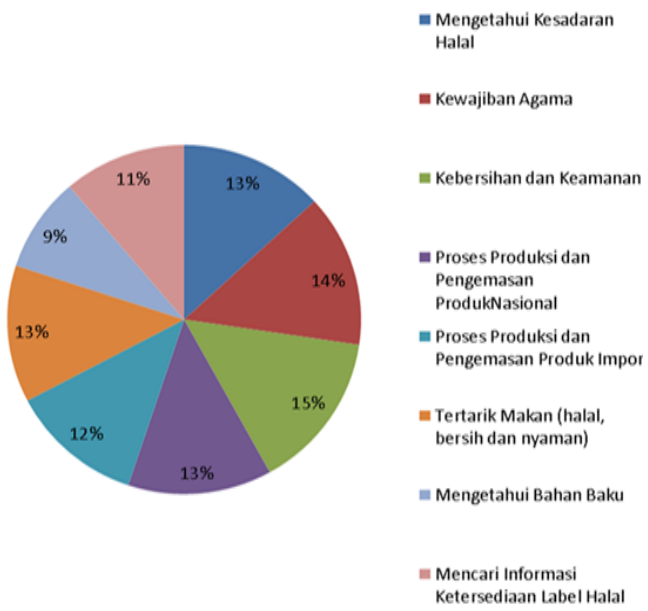
Dalam rangka mendorong kemudahan berusaha, perlindungan dan pemberdayaan UMKM, maka kriteria UMKM yang sebelumnya diatur dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah diperbaharui melalui UU Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Kriteria UMKM tersebut memuat modal usaha, omzet, indikator kekayaan bersih, hasil penjualan tahunan atau nilai investasi, insentif, dan disentif, penerapan teknologi ramah lingkungan, kandungan lokal dan/atau jumlah tenaga kerja sesuai dengan kriteria setiap sektor usaha. Rincian kriteria UMKM diatur pada Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Perbandingan perubahan kriteria UMKM adalah sebagai berikut (Hartarto, 2021): Karateristik UMKM di Indonesia (Sarfiah et al., 2019), yaitu: (a) Tidak membutuhkan modal yang besar seperti perusahaan besar sehingga pembentukan usaha tidak sesulit usaha besar; (b) Tenaga kerja tidak menuntut pendidikan formal tertentu; (c) Sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur seperti perusahaan besar; dan (d) Mampu bertahan ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan, dengan pendekatan kualitatif yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam pada suatu masalah dengan pengumpulan sampel purposive sampling. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, motivasi, tindakan secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada pada suatu konteks khusus yang ilmiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Penelitian dengan pendekatan kualitatif menggunakan lingkungan ilmiah sebagai sumber data. Peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam suatu situasi sosial deskriptif analitif. Data yang diperoleh sebagai hasil pengamatan, hasil wawancara, hasil pemotretan, analisis dokumen, catatan lapangan tidak dituangkan dalam bentuk angaka-angka (Salim & Haidir, 2019).

HASIL

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti kepada 30 (tiga puluh) informan dapat dilihat pada Gambar 1 dimana dari 30 informan, sebanyak 27 informan mengetahui dan sadar akan pentingnya kesadaran halal. Apabila dipersentasikan yaitu 13% hal ini berarti masyarakat sudah cukup paham dan sadar mengenai kesadaran halal. Informan mengatakan bahwa kesadaran halal merupakan tingkat pengetahuan konsumen muslim untuk mencari dan mengkonsumsi produk halal sesuai dengan syariat Islam. Kesaran halal merupakan sikap terhadap makanan yang kita makan apakah halal atau tidak terkait bahan/produk yang akan dikonsumsi manusia berdasarkan syariat agama. Selanjutnya, dari 30 informan, 29 diantaranya paham dan mengetahui bahwasannya kesadaran halal merupakan kewajiban agama. Jika dipersentasikan sebanyak 14% masyarakat milenial sadar kesadaran halal sebagai hal yang wajib dalam agama. Kesadaran halal merupakan kewajiban agama karena sebagai umat beragama Islam penting untuk mengetahui kehalalan suatu produk yang akan dikonsumsi.



Sumber: data olahan

Gambar 1
Kesadaran Halal Masyarakat (Usia Milenial) Terhadap Produk UMKM Makanan di Kota Bengkulu

Kemudian, sebanyak 15% atau keseluruhan 30 informan menyadari kebersihan dan keamanan sebagai bagian dari kesadaran halal karena sesuatu yang bersih dan aman tentu baik bagi kesehatan rohani dan jasmani terlebih pada makanan yang dikonsumsi. Makanan yang baik adalah makanan yang halal maupun thayyib yaitu baik kandungannya, pengelolaannya. bersih dan aman. Suatu makanan merupakan hal yang sangat wajib untuk diperhatikan karena makanan akan dikonsumsi sebagai tenaga bagi manusia untuk menjalankan aktivitas sehari-hari dan juga beribdah kepada Allah SWT. Sedangkan

13% atau 27 informan mengetahui proses produksi dan pengemasan produk nasional atau dalam negeri dari makanan yang akan dikonsumsi karena menurut masyarakat proses produksi atau pengemasan juga harus diperhatikan. Proses pembuatan atau produksi dan pengemasan makanan perlu diperhatikan karena merupakan salah satu dari kesadaran halal yang harus sesuai hukum Islam. Jika dikemas dengan sesuatu yang tidak halal maka sesuatu yang halal akan ikut tercemar. Sehingga, masyarakat milenial menyadari proses produksi dan pengemasan suatu produk makanan sangatlah perlu karena menyangkut yang akan dikonsumsi sehingga pengetahuan akan proses produksi dan pengemasan merupakan hal penting.

Sementara, 25 dari 30 informan atau 12% masyarakat milenial mengetahui proses produksi dan pengemasan produk barang impor karena tidak semua bahan dari luar negeri diproduksi oleh negara Muslim. Jika produk dari luar negeri yang minoritas agama Islam kemungkinan pengemasannya terbuat dari bahan yang haram. Untuk itu, perlu di cek BPPOM dan label halalnya. Selanjutnya, sebanyak 26 atau 13% masyarakat tertarik makan pada tempat makan produk UMKM tersebut karena halal, bersih dan nyaman. Halal berarti makanan tersebut sesuai dengan syariat makanan yang diperbolehkan. Ketika makanan tersebut halal pasti telah terjamin kebersihan dan keamanannya serta baik bagi kesehatan. Kemudian, 18 atau 9% informan mengetahui bahan baku dari pengolahan makanan yang dikonsumsi karena masyarakat merasa hal tersebut penting. Masyarakat mencari informasi melalui internet ataupun pengalaman dari masyarakat itu sendiri yang pernah bekerja di salah satu tempat makan yang menjadi objek penelitian. Sedangkan, sebanyak 23 atau 11% masyarakat milenial mencari informasi mengenai ketersediaan label halal melalui internet ataupun menanyakan langsung kepada produsen atau pemilik tempat makan tersebut. Masyarakat usia milenial tidak pernah terlepas dari yang namanya teknologi selalu membawa alat komunikasi seperti, handphone pintar sehingga memudahkan dalam mencari data apakah tempat makan produk UMKM tersebut telah terdaftar sebagai produk halal atau tidak. Hasil wawancara yang telah dilakukan tentang kesadaran halal menyangkut akan pengetahuan dan pemahaman masyarakat bahwasannya masyarakat milenial sadar dan menyadari apa yang dimaksud dengan kesadaran halal yaitu mengetahui mana yang boleh dan dilarang serta menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini didasarkan pada temuan, yaitu:

(1) Masyarakat Milenial Sadar akan Kesadaran Halal. Kesadaran yaitu kemampuan bagaimana merasakan suatu kejadian serta objek, konsep tentang menyiratkan persepsi tentang kejadian atau subjek. Kesadaran halal adalah keadaan sadar seorang Muslim yang memiliki pengetahuan syariah mengenai proses penyembelihan yang tepat dan mengutamakan makanan halal untuk dikonsumsi (Septiani & Ridlwan, 2020). Seiring, dengan meningkatnya gaya hidup halal (halal life style) termasuk dalam soal memilih dan memilah makanan membuat kesadaran halal masyarakat juga meningkat. Terlebih pada masyarakat milenial yang sebagian besar penduduk muda di kota Bengkulu yang tidak pernah lepas dari teknologi memudahkan generasi milenial mudah mengakses pengetahuan dan informasi dari produk halal.

(2) Masyarakat Menganggap Kesadaran Halal sebagai Kewajiban Agama. Kewajiban agama merupakan menjalankan sesuatu yang diperintahkan Allah SWT dan Rasul-Nya. Dalam hal ini masyarakat menyadari bahwa kesadaran halal salah satu bagian dari kewajiban agama. Sehingga, menngkonsumsi makanan halal suatu keharusan bagi masyarakat Muslim. Seperti firman Allah SWT dalam Surah Al-Maidah ayat 88, berbuyi:

وَكُلُوْا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللّٰهُ حَلٰلًا طَيِّبًا ۖوَّ اتَّقُوا اللّٰهَ الَّذِيْٓ اَنْتُمْ بِهٖ مُؤْمِنُوْنَ

Artinya: "*Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya*".

(3) Kebersihan dan keamanan. Kata halal selalu disandingkan dengan kata thayyib. Halal adalah suatu kriteria makanan yang boleh dikonsumsi menurut agama Islam, sehingga faktor pendorong hal ini adalah spiritualitas. Thayyib sendiri bermakna baik. Hal ini bermakna bahwa seorang muslim diwajibkan pula untuk mengkonsumsi sesuatu yang halal dan baik. Sesuatu yang baik di sini adalah barang yang dikonsumsi tersebut menimbulkan rasa aman dan nyaman bagi orang yang mengkonsumsinya. Sedangkan Thayyib adalah konsep tentang kesucian, kebersihan, dan kesesuaian dengan syariat Islam (Fathoni, 2021). Kebersihan dan keamanan juga disadari masyarakat sebagai bagian dari kesadaran halal. Seperti firman Allah SWT dalam Surah Al-A'raf ayat 31, berbunyi:

يَٰبَنِيٓ ءَادَمَ خُذُواْ زِينَتَكُمۡ عِندَ كُلِّ مَسۡجِدٖ وَكُلُواْ وَٱشۡرَبُواْ وَلَا تُسۡرِفُوٓاْۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُسۡرِفِينَ

Artinya: "*Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan*."

Hal tersebut menandakan bahwa Islam merupakan agama yang sangat mencintai kebersihan dan menganjurkan untuk selalu menjaga kebersihan diri serta lingkungan. Makanan yang bersih dan aman

tentu baik untuk kesehatan agar terhindar dari penyakit. Menjaga kebersihan bagi seorang muslim bukan hanya sekedar sebuah kebiasaan baik, namun juga menjadi perintah agama sehingga bernilai ibadah dan akan diganjar dengan pahala.

(4) Proses Produksi dan Pengemasan Produk Dalam Negeri (Nasional). Sertifikasi halal tidak hanya terfokus pada bahan atau bahan baku yang dimasukkan ke dalam produk tetapi konsep "Thoyyib" atau konsep kebaikan yang diterapkan juga memeriksa setiap aspek produksi (Basri & Kurniawati, 2019). Konsumen muslim semakin sadar akan keberadaan makanan halal. Kesadaran konsumen muslim bukan hanya terkait bahwa suatu produk makanan adalah halal. Mereka juga memililki kesadaran dan rasa keingintahuan yang mendalam terkait integritas status halal yang dihasilkan oleh sebuah produsen yang mencakup semua kegiatan yang terlibat di sepanjang rantai produksi dan pasokan sehingga berbagai produk yang mereka beli benar- benar halal (Fathoni, 2021). Masyarakat memperhatikan proses produksi dan pengemasan produk dalam negeri karena bagi masyarakat sebagai konsumen penting menngetahui hal tersebut menyangkut apa yang akan dikonsumsi.

(5) Proses Produksi dan Pengemasan Produk Impor. Pangan halal merupakan pangan yang memenuhi syariat agama Islam baik dari segi bahan baku, bahan tambahan yang digunakan maupun cara produksinya sehingga pangan tersebut dapat dikonsumsi oleh orang Islam tanpa berdosa (Izzuddin, 2018). Melalui sertifikasi halal, produsen makanan dapat mengajukan klaim di pasar jika yang dijualnya halal bagi konsumen muslim dan dipercaya oleh orang yang mengimpor dan membeli produk tersebut (Basri & Kurniawati, 2019). Proses produksi dan pengemasan produk impor juga sangat diperhatikan masyarakat karena produk impor merupakan barang dari luar negeri dan tidak semua produsen atau negara pengimpor tersebut berasal dari negara Muslim terlebih dalam hal makanan.

(6) Tertarik Makan. Masyarakat tertarik atau minat makan pada tempat makan produk UMKM tersebut karena halal, bersih dan nyaman. Hal ini terbukti dari sebanyak 26 dari 30 informan menjawab hal tersebut. Makanan halal, tempat makan yang bersih tentu akan membuat nyaman orang yang makan ditempat makan tersebut. Terlebih masyarakat milenial yang kekinian selalu mencari sesuatu yang baru atau naunsa unik termasuk dalam hal makanan tetapi yang utama diperhatikan mereka yaitu halal, bersih dan kenyamanan dari tempat makan yang mereka kunjungi.

(7) Mengetahui Bahan Baku. Bahan makanan adalah bahan-bahan apa saja yang terkandung dalam produk makanan. Peran pengetahuan, informasi, dan Islam sangat penting bagi umat muslim dalam memilih makanan yang akan mereka konsumsi. Dalam perspektif Islam, bahan produk dapat mencakup beberapa isu yang perlu dipertimbangkan. Isu disini termasuk isu-isu keakraban konsumen pada bahan dan kualitas serta keamanan isi makanan. Itulah sebabnya pengetahuan tentang bahan produk menjadi penting sebagai pertimbangan konsumen dalam memilih produk. Bahan pangan yang dikonsumsi tidak boleh ada kontaminasi dengan bahan yang meragukan sedikit pun, apalagi dengan yang haram sehingga menyebabkan produk pangan menjadi syubhat atau diragukan kehalalannya (Izzuddin, 2018). Informan mengetahui bahan baku dari pengolahan makanan yang dikonsumsi karena masyarakat merasa hal tersebut penting. Masyarakat mencari informasi melalui internet ataupun pengalaman dari masyarakat itu sendiri yang pernah bekerja di salah satu tempat makan yang menjadi objek penelitian

(8) Ketersediaan Label Halal. Halal atau tidak merupakan suatu keamanan pangan yang sangat mendasar bagi umat Islam. Lambang halal atau logo halal menandakan produk tersebut memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh hukum syariah sehingga layak dikonsumsi. Sedangkan untuk nonmuslim, logo halal mewakili simbol kebersihan, kualitas, kemurnian dan keamanan (Izzuddin, 2018). Konsumen muslim cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal daripada produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang. Konsumen muslim akan merasa aman jika ada logo halal pada kemasan atau tempat makan yang akan dikonsumsi sehingga masyarakat mencari informasi mengenai ketersediaan label halal melalui internet ataupun menanyakan langsung kepada produsen atau pemilik tempat makan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian terkait penerapan kesadaran halal masyarakat terhadap produk umkm makanan di kota Bengkulu, mendapatkan temuan yang menjelaskan bahwa masyarakat milenial sebagai konsumen sadar dan paham mengenai kesadaran halal hal ini, terbukti dari sikap dan tindakannya dalam memilih serta memilah makanan yang akan dikonsumsi dan merupakan kewajiban agama yang harus diterapkan dalam mengonsumsi makanan halal. Masyarakat usia milenial tidak bisa terlepas dari teknologi sehingga memudahkan mereka dalam mencari informasi bahan baku, proses produksi, pengemasan baik itu produk dari dalam negeri maupun produk impor serta ketersediaan label halal pada produk atau tempat makan yang mereka makan. Tingkat kepercayaan diri yang tinggi membuat masyarakat milenial tidak ragu atau tidak takut bertanya langsung kepada karyawan maupun produsen dari tempat makan yang menyediakan makanan langsung di tempat.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa:

1. Pengetahuan masyarakat usia milenial mengenai kesadaran halal sangatlah tinggi dimana masyarakat sadar akan pentingnya mengkonsumsi makanan halal dan memperhatikan ketersediaan adanya label atau sertifikat halal yang ada pada tempat makan yang dikunjungi, Hal ini merupakan salah satu kewajiban agama yang harus dijalankan bagi umat Muslim sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT.
2. Meski pengetahuan kesadaran halal masyarakat milenial sebagai konsumen cukup tinggi tetapi masih kurang memperhatikan satus dari label dan sertifikast halal yang tertera pada tempat makan tersebut apakah masih diperpanjang atau sudah habis masa berlakunya.
3. Perilaku atau tindakan masyarakat milenial mengenai kesadaran halal selaras dengan pengetahuan yang dimiliki dan diaplikasikan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. Seperti, kesadaran halal untuk mengkonsumsi makanan yang halal dan toyyib. Sebelum, mengkonsumsi makanan masyarakat milenial memperhatikan terlebih dahulu proses produksi, pengemasan, bahan baku pembuatan atau komposisi, kebersihan dan keamanan serta mencari informasi ketersediaan ada atau tidaknya label halal pada tempat makan produk UMKM tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Basri, Y. Z., & Kurniawati, F. 2019. Effect of Religiosity and Halal Awareness on Purchase Intention Moderated by Halal Certification. *KnE Social Sciences*, 592–607. https://doi.org/10.18502/kss.v3i26.5403

Efendi, A. 2020. The Effect of Halal Certification , Halal Awareness and Product Knowledge on Purchase Decisions for Halal Fashion Products. *4810*, 145–154.

Ekonomi, P., Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. 2018. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam).

Farhan, F., & Andriansyah, Y. 2016. Factors Affecting Muslim Students Awareness of Halal Products in Yogyakarta , Indonesia. *6*, 27–31.

Fathoni, M. A. 2021. *Kesadaran Konsumen Terhadap Makanan Halal di Indonesia*, CV. Pena Persada.

Hartarto, A. 2021. *Pembiayaan UMKM*, PT. Raja Grafindo Persada.

Izzuddin, A. 2018. Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, *3*(2), 100–114.

Lailla, N., & Tarmizi, I. (n.d.). Pengaruh Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan di Food Courd UMJ. 1177.

Madiistriyatno, Harries dan Haiwijaya, D. 2019. *Generasi Milenial*. Indigo Media.

Madiistriyatno, H. & D. H. 2019. *Tantangan Membangun Komitmen Kerja/Bisnis dan Adversity Quotient (AQ)*, Indigo Media.

Munir, M., Hidayat, K., Fakhry, M., & Mu'tamar, M. F. F. 2019. The Effect Of Halal Knowledge, Halal Awareness And Halal Labels On The Purchase Decision Of Jamu Madura Products. *Agroindustrial Technology Journal*, *3*(2), 95–109.

Pramintasari, T., & Fatmawati, I. 2017. Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, Dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *8*(1), 1–33. https://doi.org/10.18196/mb

Purwanto, A., Haque, M. G., Sunarsih, D., & Asbari, M. (n.d.). The Role of Brand Image , Food Safety , Awareness , Certification on Halal Food Purchase Intention : An Empirical Study on Indonesian Consumers. *2*(3), 42–52.

Salim, & Haidir. 2019. *Penelitian: Metode, Pendidikan dan Jenis*. Kencana.

Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. 2019. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*. *4*(1), 137–146.

Septiani, D., & Ridlwan, A. A. 2020. The Effects of Halal Certification and Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food Products in Indonesia. *Indonesian Journal of Halal Research*, *2*(2), 55–60. https://doi.org/10.15575/ijhar.v2i2.6657

Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. 2019. The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. *Syi`ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, *3*(1), 65. https://doi.org/10.35448/jiec.v3i1.5515

Subianto, & Pratiwi. 2018. Rantai nilai dan perspektif kesadaran masyarakat muslim akan makanan halal. *Journal.Uii.Ac.Id*, *1*, 141–146. https://journal.uii.ac.id/CIMAE/article/view/13362

Wadjadi, F. 2019. *Jaminan Produk Halal Di Indonesia Urgensi Sertifikasi dan Labelisasi Halal*, PT Raja Grafindo Persada.