

PERSPEKTIF GENERASI MUDA TERHADAP MAKANAN DAN MINUMAN TANPA LOGO HALAL DENGAN MEMPERTIMBANGKAN NILAI-NILAI KEISLAMAN

Fitri Utami Laraswati¹, Annisa Nurani Hardini², Devina Rafa Chelda Ratna Dewi³, Shafira Inas Aqilah⁴, Saifuddin Zuhri⁵

23033010095@student.upnjatim.ac.id¹, 23033010100@student.upnjatim.ac.id²,
23033010119@student.upnjatim.ac.id³, 23033010098@student.upnjatim.ac.id⁴,
saifuddin_zuhri.ilkom@upnjatim.ac.id⁵

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki penduduk mayoritas beragama islam. Berdasarkan jumlah populasi penduduk, Indonesia berada di posisi pertama dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia. Hal ini berkaitan dengan tersedianya logo halal pada kemasan makanan, minuman, restaurant dan obat-obatan untuk menjamin kehalalan produk. Halal yang berarti diperbolehkan dan haram yang berarti tidak diperbolehkan atau dilarang menurut hukum Islam. Dengan adanya sertifikat halal dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk. Kesadaran halal menjadi salah satu indikator bagi konsumen muslim untuk mengetahui produk halal dalam aspek proses pemotongan, pengemasan, dan kebersihan makanan yang diatur oleh kaidah Islam menunjukkan pemahaman mereka.

Kata Kunci: Makanan, Minuman, Halal, Keislaman.

ABSTRACT

Indonesia is a country that has a majority Muslim population. According to RISSC, the Muslim population in Indonesia will reach 240.62 million people in 2023. Based on the population, Indonesia is in first place with the largest Muslim population in the world. This relates to the availability of halal logos on food, beverage, restaurant and medicine packaging to guarantee the halalness of products. Halal which means permitted and haram which means not permitted or prohibited according to Islamic law. Having a halal certificate can give consumers confidence in consuming a product. Halal awareness is the level of insight of Muslim consumers to know halal products in the aspects of the cutting, packaging and food hygiene processes regulated by Islamic rules, showing their understanding.

Keywords: Food, Drink, Halal, Islamic.

PENDAHULUAN

Salah satu negara yang termasuk dalam negara dengan penduduk mayoritas beragama islam adalah indonesia dengan sebanyak 86,7% dari total populasi nasional beragama islam hal ini menurut RISSC pada tahun 2023. Berdasarkan jumlah penduduknya, Indonesia adalah negara dengan penduduk mayoritas muslim. Hal ini mempengaruhi pentingnya logo halal pada kemasan makanan, minuman, restoran, dan obat-obatan untuk memastikan kehalalan produk. Berdasarkan peringkat konsumen makanan halal terbesar di dunia, dengan total pengeluaran mencapai 144 miliar dolar pada tahun 2019 (SGIE Report, 2020) dapat diketahui tingginya permintaan produk halal di Indonesia sehingga memiliki potensi untuk mengembangkan industri produk halal khususnya makanan dan minuman. Berdasarkan laporan Keadaan Laporan Islam Global (2019), sebanyak 2 miliar konsumen industri halal dan mengalami peningkatan sebesar 5% setiap tahunnya. Angka ini diprediksi terus meningkat setiap tahun, dengan total pengeluaran konsumen industri halal diperkirakan mencapai USD 3,2 triliun pada tahun

2024. Data tersebut menunjukkan bahwa prospek industri halal sangat cerah di masa depan. Selain itu, industri halal berkontribusi sebesar USD 3,8 miliar terhadap produk domestik bruto Indonesia per tahun hal ini sesuai dengan pernyataan Kemenkeu (2019).

Halal yang berarti diperbolehkan dan haram yang berarti sesuatu yang diharamkan atau dapat disebut sesuatu yang dilarang menurut hukum Islam. Sehingga dengan adanya logo halal yang dapat menjamin dengan memberikan kepercayaan kepada para konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk. Ditangani oleh organisasi yang berwenang akan sertifikat halal, sehingga proses sertifikasi halal menjadi mudah bagi setiap muslim untuk mengkonsumsi makanan. (Setyaningsih dan Marwansyah. 2019) Sertifikat halal ini ditunjukkan dengan adanya logo halal yang tercantum pada setiap produk. Logo halal menjadi indikator bagi konsumen muslim untuk mengetahui produk halal dalam aspek proses pemotongan, pengemasan, dan kebersihan makanan yang telah diatur oleh kaidah Islam. Indonesia merupakan negara dengan mayoritas muslim yang mana negara ini memiliki hubungan yang erat antara sertifikasi halal dan bisnis makanan. Keberadaan sertifikat halal meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim. Berdasarkan LPPOM-MUI telah menerbitkan lebih dari 13.000 sertifikat halal dan 59% yang memiliki sertifikat halal (Cupian dkk., 2023).

Di era globalisasi, terdapat berbagai macam jenis produk konsumsi yang tersebar di pasaran. Khususnya bagi generasi muda yaitu dikenal dengan sebagai konsumen yang dinamis dan inovatif sehingga menjadikan generasi muda sebagai target utama dari berbagai produk makanan dan minuman. Namun, aspek kehalalan suatu produk menjadi pilihan utama bagi generasi muda muslim di Indonesia. Keberadaan sertifikat atau dapat disebut dengan logo halal khususnya pada produk konsumsi seperti makanan dan minuman yang menjadikan penanda kepatuhan terhadap standar keagamaan dan kepercayaan dan jaminan bagi konsumen Muslim. Namun, semakin luasnya akses informasi dan adanya pengaruh budaya luar diketahui muncul beragam perspektif di kalangan generasi muda Muslim mengenai pentingnya logo halal. Bagi sebagian generasi muda muslim indonesia melihat logo halal sebagai keharusan yang tidak bisa ditawar, sementara yang lain lebih fleksibel dan bergantung pada kepercayaan pribadi atau informasi dari sumber lain.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan fenomenologi. Partisipan penelitian adalah generasi muda beragama islam sebagai informan dengan rentang usia 15 tahun hingga 25 tahun. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner melalui grup. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan memberi beberapa pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pertanyaan yang diajukan dibangun dengan menyesuaikan pada permasalahan yang ada dan relevan terkait “Perspektif Generasi Muda Terhadap Makanan Dan Minuman Tanpa Logo Halal Dengan Mempertimbangkan nilai-Nilai Keislaman.” Instrumen penelitian ini adalah para responden mengisi data pribadi berupa nama dan umur, kemudian responden menjawab suatu pertanyaan dan pernyataan dengan jawaban ya, tidak, sangat penting, penting dan tidak penting.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat 100 generasi muda setuju akan penting nya makanan dan minuman yang dikonsumsi memiliki logo halal. Adanya logo halal dalam makanan dan minuman yang hendak dikonsumsi dianggap penting oleh mayoritas responden. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis terhadap variabel penting atau tidak pentingnya logo halal dalam

makanan dan minuman menunjukkan bahwa kesadaran tentang kehalalan berpengaruh terhadap keputusan membeli suatu makanan dan minuman. Sehingga banyak yang sadar bahwa mengkonsumsi makanan dan minuman halal sangat penting karena mempengaruhi kualitas hidup seorang muslim. Bagi umat Islam, mengkonsumsi makanan dan minuman halal adalah menjadi tuntutan bagi seorang penganut agama islam. Sebuah makanan dan minuman digolongkan haram dalam agama Islam karena beberapa hal diantaranya adalah najis, membahayakan akal dan membahayakan kesehatan (Mursidah dan Fartini. 2023) sehingga adanya logo halal pada suatu produk makanan atau minuman dapat menjamin bahwa produk tersebut memenuhi persyaratan syariah Islam dalam hal bahan, proses produksi, dan kebersihan.

Terdapat 90 responden percaya bahwa mengkonsumsi makanan dan minuman halal dapat meningkatkan kualitas hidup. Menurut Nor dan Nuraida (2023). Hal tersebut menjadi relevan terbukti dengan adanya brand-brand makanan dan minuman yang gencar-gencaran memperoleh logo halal dari MUI. Adanya sertifikasi halal ini membuat konsumen percaya terhadap brand-brand yang memiliki logo halal karena MUI dijadikan sebagai tolak ukur keamanan makanan dan minuman yang akan dikonsumsi memenuhi standar kehalalan yang telah ditetapkan. Adanya logo halal ini juga membuat produk tidak hanya dipercaya oleh konsumen muslim, melainkan dipercaya juga oleh konsumen non muslim. Terdapat 10 responden tidak percaya bahwa mengkonsumsi makanan dan minuman halal dapat meningkatkan kualitas hidup, hal ini karena kurangnya informasi dan edukasi, pengaruh globalisasi dan budaya barat. Diketahui, produk halal memiliki beberapa alasan sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup diantaranya adalah makanan dan minuman yang berlogo halal memenuhi standar kebersihan dan keamanan yang ketat dari pemrosesan sampai kandungan bahan pangan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan ketentuan yang ada oleh MUI selain itu proses pemrosesan yang diawasi ketat sehingga dapat mengurangi risiko kontaminasi penyakit oleh karena itu produk berlogo halal dapat memberikan kepastian akan keamanan makanan yang dikonsumsi. Selanjutnya, produk halal dapat menyeimbangkan gizi (Pramintasari dan Fatmawati. 2017). Dalam Islam, terdapat aturan bahwa haram meminum sesuatu yang memabukkan atau dapat menghilangkan akal seperti alkohol selain itu haram memakan babi karena najis. Kecanduan alkohol dapat berakibat fatal terhadap kesehatan karena dapat merusak otak yang berdampak pada gangguan memori, sulit berkonsentrasi, dan mengganggu pekerjaan. Mengkonsumsi babi dapat terinfeksi cacing pita, menurut penelitian Pakpahan dkk (2022) bahwa mengkonsumsi daging babi rentan terjangkit risiko infeksi cacing pita. Hal ini dapat mengarah pada pola makan yang lebih sehat dan keseimbangan gizi yang baik.

Terdapat 50 responden pernah mencoba makanan atau minuman tanpa logo halal. Hal ini disebabkan oleh minimnya literasi konsumen terkait logo halal di kemasan makanan dan minuman. Minimnya minat literasi di Indonesia khususnya generasi muda yang memiliki kondisi memprihatinkan. Terdapat pola hidup yang mempunyai kebiasaan rendahnya budaya membaca (Sinaga et al., 2021). Melihat fakta tersebut, sangat memprihatinkan mengingat kehalalan produk sangat penting bagi konsumen muslim. Jika kehalalan diremehkan, dikhawatirkan secara tidak langsung banyak konsumen yang asal menyantap makanan dan minuman tanpa mengecek logo halal terlebih dahulu (Irfansyah & Surya, 2021). Generasi muda masih banyak mengkonsumsi makanan dan minuman halal tanpa logo halal. Sehingga diketahui bahwa pentingnya edukasi dan informasi, generasi muda yang teredukasi cenderung lebih memahami perbedaan antara produk yang halal dan tidak halal (Fitriyani 2021). Mereka akan melakukan riset lebih dalam tentang makanan dan minuman yang mereka konsumsi dan akan memilih produk yang

paling sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Bagi umat Muslim, memilih produk tanpa logo halal menjadi tantangan. Perlunya pertimbangan ketika memiliki makanan dan minuman tanpa logo halal yaitu mengetahui bahan yang digunakan serta mengetahui proses pembuatannya yang tergolong halal, sehingga mengecek daftar bahan pada label produk dapat membantu memastikan kehalalannya. Menurut penelitian Fadilah dkk (2020) pengetahuan yang positif dapat berpengaruh terhadap dalam keputusan pembelian produk konsumsi halal. Sebagai umat Islam, penting untuk meningkatkan kesadaran akan bahan yang digunakan proses produksi makanan dan minuman tersebut. (Hervina dkk. 2021). Terdapat 40 responden tidak pernah mencoba makanan atau minuman tanpa logo halal, terdapat beberapa faktor yang menyebabkan generasi muda tidak pernah mencoba makanan atau minuman tanpa logo halal salah satunya adalah terdapat kepatuhan pada ajaran agama, generasi muda mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal adalah bagian penting dari menjalankan ajaran agama Islam sehingga adanya logo halal memberikan jaminan bahwa produk tersebut sesuai dengan syariat Islam.

Terdapat 90 responden merasa khawatir dengan keamanan dan kehalalan makanan dan minuman tanpa logo halal, hal ini karena sertifikasi halal sudah menjadi patokan muslim dalam memilih makanan dan minuman halal. Ini juga mengacu terhadap perintah Allah dalam Q.S Al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi “Wahai manusia, makanlah sebagian makanan di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata”. Dengan adanya perintah Allah ini menjadikan konsumen muslim khawatir untuk mengonsumsi makanan dan minuman yang tidak tercantum label halal karena sama saja melanggar apa yang sudah diperintahkan oleh Allah. Selain itu, makanan dan minuman yang tidak mengandung logo halal juga membuat resah karena kandungan di dalamnya belum terjamin kualitasnya. Terdapat 10 responden tidak khawatir dengan keamanan dan kehalalan makanan dan minuman tanpa logo halal, hal ini terjadi karena pengaruh sosial lingkungan, adanya pilihan terbatas, dan kurangnya kesadaran. Adanya kekhawatiran akan kehalalan dan keamanan suatu produk baik itu makanan atau minuman. Pentingnya kehalalan dan keamanan suatu produk hal ini sesuai dengan pernyataan (Nursan dkk. 2021) karena selain untuk ajaran agama Islam, makanan dan minuman yang memiliki kehalalan serta keamanan memiliki banyak pengaruh positif bagi konsumen. Contoh dari kekhawatiran dengan keamanan dan kehalalan makanan dan minuman tanpa logo halal antara lain adanya kecemasan akan kandungan yang tidak halal, karena sebagian produk tanpa sertifikat halal dapat mengandung berbagai macam bahan yang diharamkan seperti daging babi atau alkohol, bahkan dalam jumlah yang sangat kecil. Adanya ketidakpastian tentang bahan tambahan, karena tidak jelas asal-usulnya dan bisa saja mengandung bahan-bahan yang diharamkan sehingga muncul rasa khawatir akan bahan tambahan yang digunakan dalam produk-produk tanpa logo halal. Adanya kontaminasi dari suatu yang haram yaitu produk halal yang terkontaminasi dengan bahan yang diharamkan selama proses produksi atau penyajian, seperti penyajian dan proses pembuatan bakso daging babi dan bakso daging sapi. Walau sapi halal, namun proses pembuatan bakso sapi secara langsung maupun tidak langsung telah terkontaminasi dengan daging babi. Adanya kekhawatiran akan kualitas dan keamanan suatu produk makanan dan minuman tanpa logo halal karena kurangnya jaminan atau pengawasan yang jelas terhadap proses produksi. Adanya keterbatasan akan pilihan produk tanpa logo halal di pasar tradisional, pasar modern dan pedagang kaki lima, contoh produknya adalah makanan cepat saji atau produk olahan yang populer di kalangan generasi muda.

Terdapat 60 responden pernah memakan makanan atau meminum minuman tanpa logo halal. Hal ini dapat terjadi karena ketidaktahuan dan ketidakpedulian karena mereka tidak memiliki latar belakang pendidikan yang kuat tentang kehalalan serta pengaruh lingkungan sosial seperti teman, keluarga, atau lingkungan karena adanya kebiasaan makan dan minum yang umum di lingkungannya tanpa memeriksa label halal. Terdapat 40 responden tidak pernah memakan makanan atau meminum minuman tanpa logo halal, hal ini dapat terjadi karena adanya kesadaran terhadap ajaran dan kepatuhan agama. Menurut Mashudi (2015), mengkonsumsi produk halal dan menghindari mengkonsumsi produk haram adalah perintah yang jelas dan tegas. Al-Qur'an dan Hadis mengatur dengan rinci apa yang boleh dan tidak boleh dikonsumsi oleh umat Islam karena dengan mengkonsumsi sesuatu yang haram dan dilarang merupakan suatu bentuk pelanggaran terhadap hukum agama. Selain itu generasi muslim tidak pernah memakan makanan atau meminum minuman tanpa logo halal karena terdapat ketidakpastian sumber dan proses produksi.

Terdapat 90 responden tidak kesulitan untuk menemukan makanan atau minuman halal di lingkungan sekitar, hal ini karena banyaknya produk industri yang sudah memiliki label halal dari MUI. Menurut data aplikasi SiHalal, produk bersertifikasi halal di Indonesia menunjukkan tren peningkatan. Pada tahun 2023 menunjukkan bahwa jumlah tersebut telah mencapai 1,42 juta produk dari berbagai jenis usaha. Melalui data tersebut dapat kita amati bahwa minat konsumen terhadap produk halal terus meningkat setiap tahunnya sehingga banyak industri yang berbondong-bondong memenuhi standarisasi kehalalan agar produknya mendapat sertifikasi halal dari MUI. Dengan banyaknya produk halal di Indonesia, ini sangat membantu konsumen muslim dalam menemukan makanan dan minuman halal di sekitarnya. Indonesia adalah negara mayoritas penganut agama islam (Akhmadi, 2019). Sehingga tingkat kesulitan untuk menemukan makanan atau minuman halal di lingkungan sekitar sangat rendah. Terdapat 10 responden kesulitan untuk menemukan makanan atau minuman halal di lingkungan sekitar, bila ditinjau dari beberapa daerah yang memiliki masyarakat minoritas penganut agama selain islam seperti Bali, mayoritas masyarakat Bali merupakan pemeluk agama Hindu (Saihu, 2020). Selain Bali terdapat banyak provinsi di Indonesia yang termasuk dalam masyarakat dengan minoritas agama islam, seperti provinsi NTT, Sulawesi, Kalimantan dan Papua.

Terdapat 100 responden lebih memilih makanan atau minuman yang memiliki sertifikasi halal dari lembaga resmi, hal ini karena masyarakat muslim di Indonesia banyak menjadikan tulisan label halal ini sebagai patokan untuk menentukan makanan dan minuman yang akan dibeli karena label halal tersebut memberikan garansi bahwa bahan, proses, pelakunya semua telah sesuai dengan ajaran islam. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan World Population Review bahwa Indonesia merupakan negara muslim terbesar kedua di dunia menjadikan industri di Indonesia lebih aware terhadap kehalalan produknya (Mursalin, 2023). Responden membuktikan kesadaran generasi muda akan memilih produk makanan dan minuman halal sangat baik. Menjalankan kewajiban sebagai umat islam dengan memilih produk dengan sertifikat halal dari lembaga resmi dapat dikatakan telah memenuhi kewajiban dan ajaran agama. Dalam agama Islam, memakan makanan atau menggunakan produk yang halal adalah suatu kewajiban. Al-Qur'an secara jelas memerintahkan untuk memakan makanan yang baik dan halal. Memilih produk dengan sertifikat halal memastikan bahwa produk tersebut diproduksi, diproses, atau disiapkan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Terdapat keyakinan dan iman bahwa dengan mematuhi aturan-aturan yang terdapat dalam Al-

Qur'an termasuk mengkonsumsi makanan dan minuman halal adalah bagian penting dari iman mereka yang dapat membawa berkah dan mendapatkan rahmat.

Terdapat 80 responden setuju bahwa konsumsi makanan atau minuman tanpa logo halal dapat merugikan kesehatan, hal ini karena makanan tanpa logo halal tidak terjamin keamanannya. Sementara makanan dengan logo halal sudah terjamin keamanannya oleh MUI. Dengan demikian, konsumen akan cenderung memilih makanan dan minuman dengan logo halal karena sudah terjamin keamanannya. Menurut Agustono dan Najiha (2022) terdapat pengaruh zat berbahaya dalam makanan haram seperti bangkai, diharamkannya hewan bangkai karena mati tanpa penyembelihan yang sah secara syari'at dan daging hewan bangkai termasuk kategori bahan pangan yang sudah busuk yang mana banyaknya mikroba yang tumbuh pada daging tersebut dan menyebabkan penyakit yang serius. Sehingga pada produk makanan dan minuman tanpa logo halal belum dipastikan apakah produk tersebut halal dan apakah produk tersebut sesuai dengan syari'at islam. Dalam respon yang didapatkan generasi muda memiliki kesadaran yang baik akan tidak memilih produk makanan dan minuman tanpa logo halal karena dapat merugikan kesehatan. Terdapat 20 responden tidak setuju bahwa konsumsi makanan atau minuman tanpa logo halal dapat merugikan kesehatan, karena beberapa generasi muda memiliki pemahaman yang kurang tentang sertifikasi halal bahwa tidak hanya terkait dengan aspek keagamaan, tetapi juga mencakup standar kebersihan dan kualitas produk sehingga generasi muda melihatnya sebagai label religius semata.

Terdapat 100 responden memilih makanan atau minuman yang memiliki label halal meskipun harganya lebih mahal, hal ini karena adanya kesadaran akan mengkonsumsi produk yang halal menjadi penting bagi umat Islam karena dengan memilih produk halal. Produk makanan dan minuman dengan label halal memberikan jaminan bebas dari bahan-bahan yang dilarang dan diproses sesuai dengan standar yang berlaku sehingga mereka merasa nyaman dan tenang karena mengetahui bahwa apa yang mereka konsumsi sesuai dengan prinsip dan ajaran agama islam. Diketahui adanya pengaruh yang signifikan antara kesadaran halal terhadap minat pembelian konsumen terhadap suatu produk konsumsi (Windisukma dan Widiyanto. 2015). Generasi muda yang paham akan agama memiliki kepatuhan terhadap ajaran agama yang merupakan prioritas utama salah satunya adalah dengan mengkonsumsi produk halal adalah bagian dari ibadah dan bentuk ketaatan kepada perintah agama sehingga generasi muda bersedia membayar lebih untuk memastikan makanan dan minuman yang dikonsumsi.

Terdapat 90 responden tidak memakan dan meminum makanan dan minuman yang sedang viral walaupun tidak ada logo halal, karena adanya kesadaran akan kehalalan suatu produk yang mana generasi muda umumnya memiliki kesadaran yang tinggi akan pentingnya makanan dan minuman halal. (Mursalin. 2023). Mereka memahami bahwa produk konsumsi yang tidak halal adalah sesuatu yang melanggar hukum islam. Sehingga, produk dengan label halal cenderung menjadi pilihan utama mereka. Adanya ketidakpastian terhadap kandungan atau komposisi dari suatu produk pangan yaitu ketika suatu produk tidak memiliki label halal, sehingga timbul ketidakpercayaan tentang kehalalan suatu produk tersebut sehingga generasi muda cenderung merasa tidak yakin tentang kehalalannya dan memilih untuk tidak mengkonsumsinya. (Vristiyana. 2019) Hal ini terjadi karena munculnya rasa kekhawatiran terhadap kandungan yang diharamkan atau proses produksi yang tidak memenuhi standar kehalalan. Terdapat pilihan alternatif yang memungkinkan beberapa generasi muda memiliki pandangan lebih fleksibel yang cenderung melihat lebih dalam pada bahan-bahan yang digunakan dalam produk daripada hanya bergantung pada label halal (Yunitasari dan Anwar. 2019), jika sebuah produk memenuhi standar kehalalan

dalam bahan-bahan dan proses produksinya sehingga mereka akan menganggapnya sebagai produk tersebut merupakan produk makanan atau minuman halal. Mudahnya penggunaan akses yang mana produk halal dapat ditemui di lingkungan sekitar. Indonesia adalah negara-negara mayoritas Muslim, hal ini sudah pasti menjadikan generasi muda mudah untuk mendapatkan produk makanan atau minuman berlogo halal. (Umamah dkk. 2023). Terdapat 10 responden memakan dan meminum makanan dan minuman yang sedang viral walaupun tidak ada logo halal, hal ini terjadi karena adanya pengaruh media sosial. Seiring perkembangan zaman, hadirnya teknologi komunikasi yang mendukung dan mempermudah kreativitas (Zuhri dkk. 2023). Media sosial memiliki peran dalam membentuk tren makanan dan minuman dengan menampilkan produk yang menarik dan populer sehingga membuat generasi muda ingin ikut serta dalam tren tersebut untuk merasa terhubung dan tidak ketinggalan. Hal ini berkaitan dengan rasa keingintahuan. Makanan dan minuman yang viral memiliki daya tarik sendiri secara visual dan kreatif, seperti dalam penyajian yang menarik dan estetika yang unik sehingga mendorong generasi muda untuk mencobanya dan membagikannya di media sosial.

KESIMPULAN

Produk konsumsi yang berlogo halal diketahui mempunyai pengaruh yang besar terhadap daya beli konsumen yang mempercayai bahwa kehalalan produk makanan dan minuman dapat membuat tubuh menjadi lebih sehat. Namun, ternyata masih banyak pula generasi muda yang tidak sengaja mengkonsumsi produk makanan dan minuman tanpa logo halal. Minimnya kesadaran membaca merupakan faktor utama dari kelalaian tersebut. Terkait penjelasan dan referensi dalam artikel yang berjudul perspektif generasi muda terhadap makanan dan minuman tanpa logo halal dengan mempertimbangkan nilai-nilai keislaman sehingga dapat dijadikan kajian evaluasi bagi para konsumen muslim untuk lebih cermat lagi dalam mengkonsumsi produk dengan memperhatikan label halal padaemasannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustono. I., Najiha. D. O. (2022). Pengaruh Zat Berbahaya Dalam Makanan Haram Perspektif Al-qur'an Menurut Wahbah Zuhaili. *Jurnal Ilmu Al-qur'an Dan Tafsir*, 3(2), 145-162
- Akhamadi. A. (2019). Moderasi beragama dalam keragaman indonesia religious moderation in indonesia's diversity. *Jurnal Diklat Keagamaan*, 13(2), 45-55
- Cupian, Meilasari. K., Noven. A. S. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal Studi Masyarakat Muslim di Kota Banjar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 135-142
- Fadilah. N. T., Purwanto, Alfianto. N. A (2020). Tingkat Pengetahuan dan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan Halal. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 18(1), 1-10
- Fitriyani. N. R (2021). Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding, Dan Sikap Terhadap Minat Beli Generasi Z Dimoderasi Social Media Influencer. *Journal Of Innovation Research And Knowledge*, 1(4), 577-586
- Hervina. D. R., Kaban. F. R., Pasaribu. N. P (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19. *Inovator: Jurnal Manajemen*, 10(2), 133-140
- Mursalin. H. (2023). Perilaku Sadar Halal pada Generasi Muslim Milenial. *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences*, 4(3), 697-710.
- Mursidah. I. dan Fartini. A. (2023). Strategi Mengembangkan Gaya Hidup Halal di Banten: Pengembangan Industri Produk Halal dan Kesadaran Bersyariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 893-904
- Nusran. M., Haming, P. , Prihatin. E., Hasrin. M. S, Abdullah. N. (2021). Edukasi Gaya Hidup Halal Di Kalangan Komunitas Generasi Milenial. *Ijma: International Journal Mathla'ul*

- Anwar Of Halal Issues, 1(2), 1-10
- Pakpahan. A. C., Muttaqien, Hanafih. M., Fahrimal. Y. , Karmil. F. T., Asmilia. N. (2022) Deteksi Sistiserkus Cacing Pita (*Taenia Spp*) Pada Babi (*Sus Scrofa.*) Di Rumah Potong Hewan Medan Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Veteriner (JIMVET)*, 6(1), 1-5
- Pramintasari. R. T dan Fatmawati. I. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 8(1), 1-33
- Saihu (2019). Harmoni Hindu-muslim Di Bali Melalui Kearifan Lokal: Studi Di Kabupaten Jembrana. *Jurnal Multikultural & Multireligius*, 19(1), 8-27
- Setyaningsih. D. K. dan Marwansyah. S. (2019). The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 64-79
- Ummah. C. A., Bahrudin. M., Hilal. S. (2023) Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Pada Minat Beli Produk Makanan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4), 1113–1119
- Vristiyana. M. V. (2019). Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal Dan Minat Pembelian Produk Halal (Studikusus Pada Industri Makanan). *EKOBIS*, 20(1), 85 - 100
- Windisukma. K. D Dan Widiyanto. I. (2015). Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Produk Makanan Non-halal Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 4(2), 1-1
- Yunitasari. V. dan Anwar, K. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 49-57
- Zuhri. S., Nabilla. F. R., Putri. N. S., Salsabilla. A. N. (2023). Persepsi Gen Z Terkait Etika Pada Unggahan Akun Tiktok @ekidarehanf. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 2(3), 60-66