

PERAN LITERASI HALAL DALAM KEPUTUSAN PEMILIHAN PRODUK HALAL

Dian Parera¹, Fahrul Hidayat², Agung Dharmawan³, Hawa Gazani⁴

Ekonomi Syariah, Universitas Trunojoyo Madura, Madura, Indonesia

220721100048@student.trunojoyo.ac.id, 220721100032@student.trunojoyo.ac.id,220721100005@student.trunojoyo.ac.id, hawa.gazani@trunojoyo.ac.id**Abstract**

The growth of the halal industry in Indonesia has created the need for a deeper understanding of halal concepts, extending beyond the recognition of halal labels to awareness of ingredients, production processes, and the assurance of Islamic standards. Within this context, halal literacy plays a crucial role in shaping consumer attitudes and purchasing behavior. Using a qualitative approach through a literature review method, this study examines previous works discussing the relationship between halal literacy and consumer decision-making. The findings indicate that higher levels of halal literacy lead consumers to be more selective and conscious in choosing halal products. However, this influence is also shaped by religiosity and sociocultural environments. Therefore, enhancing halal literacy becomes a strategic effort to strengthen consumption behavior aligned with Islamic values and to support the development of the halal industry ecosystem in Indonesia.

Keywords: *Halal literasi, Consumer decision, Halal products, and Purchasing behavior*

Abstrak

Perkembangan industri halal di Indonesia memunculkan kebutuhan akan pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep kehalalan, tidak hanya sebatas mengenali logo halal, tetapi juga memahami bahan, proses produksi, hingga jaminan syariah yang menyertainya. Dalam konteks tersebut, literasi halal menjadi faktor penting yang membentuk pola pikir dan perilaku konsumsi masyarakat. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur, penelitian ini menelaah berbagai hasil kajian terdahulu terkait hubungan antara literasi halal dan keputusan konsumen. Hasil kajian menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi halal seseorang, semakin selektif dan sadar ia dalam memilih produk halal. Namun, pengaruh literasi tersebut juga dipengaruhi oleh religiusitas dan lingkungan sosial budaya. Dengan demikian, peningkatan literasi halal merupakan aspek strategis dalam memperkuat perilaku konsumsi yang sesuai prinsip syariah serta mendukung berkembangnya ekosistem industri halal di Indonesia.

Kata Kunci: Literasi halal, Keputusan konsumen, Produk halal, dan perilaku pembelian

Article history

Received: November 2025

Reviewed: November 2025

Published: November 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Industri halal kini berkembang sangat pesat dan menjadi salah satu sektor penting dalam perekonomian dunia. Sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar, Indonesia sebenarnya memiliki peluang besar untuk menjadi pusat industri halal global. Pemerintah pun terus berupaya memperkuat ekosistem halal di tanah air melalui berbagai kebijakan, salah satunya dengan menerbitkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Aturan ini mewajibkan setiap produk yang beredar di Indonesia untuk memiliki

sertifikasi halal. Selain itu, pemerintah juga membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai lembaga yang mengatur dan mengawasi proses sertifikasi tersebut.

Namun, penerapan kebijakan ini masih menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu tantangan terbesar adalah rendahnya tingkat pemahaman masyarakat terhadap pentingnya label halal. Banyak konsumen hanya melihat logo halal tanpa benar-benar memahami maknanya atau memastikan keaslian sertifikasi yang tercantum. Begitu pula dengan pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang masih menganggap sertifikasi halal sebagai beban administratif, bukan sebagai strategis untuk memperluas pasar. Kondisi ini menunjukkan masih lemahnya literasi halal di kalangan masyarakat (Nurdany & Sholikhah, 2021).

Literasi halal dapat didefinisikan sebagai tingkat pengetahuan, kesadaran, dan pemahaman seseorang terhadap konsep halal, proses sertifikasi, serta penerapan nilai-nilai halal dalam konsumsi sehari-hari. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi halal memiliki peran penting dalam membentuk pola pikir dan perilaku konsumsi masyarakat terhadap produk halal. Sebagaimana diungkapkan oleh (Faraby et al., 2024) menemukan bahwa kesadaran dan literasi halal di kalangan masyarakat sekitar universitas trunojoyo madura masih rendah, karena banyak pelaku usaha dan konsumen belum memahami proses sertifikasi halal secara menyeluruh. Kondisi ini menggambarkan bahwa sosialisasi halal secara nasional belum sepenuhnya efektif di tingkat lokal. Sementara itu, (Muarrifah & Ida Puspitarini W, 2023) menegaskan bahwa literasi halal memiliki peran signifikan dalam membentuk kesadaran masyarakat, namun dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya. Hal ini berarti bahwa literasi halal tidak hanya bergantung pada informasi formal, tetapi juga pada nilai dan norma yang berlaku di masyarakat. Dengan demikian, literasi halal bersifat kontekstual dan perlu dipahami sebagai bagian dari perilaku sosial masyarakat dalam memilih produk halal.

Berdasarkan penelitian tersebut penting untuk memahami lebih dalam bagaimana literasi halal memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk halal. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pemerintah dan pelaku usaha untuk merancang strategi edukasi literasi halal yang lebih efektif, serta memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan teori perilaku konsumen halal di Indonesia. Dengan meningkatnya literasi halal, diharapkan masyarakat tidak hanya mengonsumsi produk halal karena simbol semata, tetapi karena kesadaran penuh akan nilai dan proses yang terkandung di dalamnya.

2. Tinjauan Pustaka

Literasi Halal

Literasi halal merupakan kemampuan seseorang dalam memahami, menyadari, dan menerapkan pengetahuan terkait kehalalan suatu produk. Didalamnya mencakup 3 indikator utama, yaitu kesadaran terhadap nilai halal, pemahaman mengenai bahan-bahan yang digunakan dalam produk, serta pengetahuan tentang proses dan pentingnya sertifikasi halal (Setyowati & Anwar, 2022). Literasi halal memberikan kemampuan untuk memahami hukum Islam atau syariah, sehingga seseorang dapat membedakan antara produk yang halal dan yang haram (Novitasari & Fikriyah, 2023).

Berdasarkan keputusan kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Nomor 57 Tahun 2021 tentang Kriteria Sistem Jaminan Produk Halal, terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat literasi halal masyarakat (Aula & Anwar, 2024):

- a. Pemahaman hukum halal, yaitu sejauh mana masyarakat mengetahui aturan terkait batasan dan ketentuan kehalalan suatu produk. Misalnya, alkohol dengan kadar di bawah 0,5% yang bukan berasal dari *khamr* masih diperbolehkan untuk digunakan dalam makanan dan minuman. Begitu pula penggunaan etanol atau alkohol yang berasal dari bahan non-*khamr*, baik hasil sintesis kimia maupun fermentasi, tetap diperbolehkan

dalam pembuatan obat-obatan cair maupun non-cair selama memenuhi syarat yang ditetapkan secara syariat.

- b. Pemahaman terhadap bahan produk, yaitu kesadaran masyarakat untuk selalu memeriksa komposisi bahan sebelum menggunakan produk. Masyarakat yang memiliki literasi halal baik akan memastikan bahwa bahan-bahan yang digunakan sudah tersertifikasi halal dan tidak mengandung unsur haram seperti babi atau turunannya, sesuai ketentuan BPJPH.
- c. Proses produk halal, yaitu kepedulian masyarakat untuk memastikan bahwa proses pembuatan, tempat distribusi, penjualan, hingga penyajian produk halal benar-benar terpisah dari produk yang tidak halal. Artinya, aspek kehalalan tidak hanya dilihat dari bahan baku, tetapi juga dari keseluruhan proses produksinya.
- d. Jaminan pada produk, yaitu kemampuan masyarakat untuk memastikan bahwa produk yang digunakan benar-benar dibuat dari bahan halal, diolah dengan cara yang sesuai dengan syariat islam, menggunakan peralatan dan fasilitas yang tidak terkontaminasi oleh bahan haram, serta dikemas dan didistribusikan dengan sistem yang menjaga kehalalannya.

Dengan memahami keempat indikator ini, masyarakat diharapkan tidak hanya mengenali label halal secara visual, tetapi juga memahami makna dan proses di balik sertifikasi halal tersebut.

Keputusan Pemilihan Produk Halal

Keputusan merupakan cara seseorang menyelesaikan suatu masalah dengan memilih satu pilihan terbaik dari beberapa pilihan yang tersedia (Siregar & Ichsan, 2024). Dalam konteks ini, terdapat 3 aspek yang saling berhubungan dan memengaruhi bagaimana konsumen muslim menentukan pilihan terhadap produk, layanan, maupun pengalaman wisata yang mereka inginkan (Dewi & Karyoso, 2025):

- a. Keyakinan religius dan keputusan konsumsi

Keyakinan religius berperan besar dalam memengaruhi keputusan konsumen muslim, terutama dalam memilih produk makanan, minuman, dan layanan wisata. Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin selektif ia terhadap produk halal. Keputusan ini didorong oleh keyakinan pribadi dan kepercayaan terhadap produsen, sehingga sertifikasi halal dari lembaga resmi seperti MUI menjadi sangat penting untuk memberikan rasa aman dan kepercayaan terhadap produk yang dikonsumsi.

- b. Pengaruh budaya dalam keputusan konsumsi

Budaya berperan penting dalam membentuk pola konsumsi konsumen muslim. Penerapan ajaran islam sering dipengaruhi oleh nilai dan kebiasaan budaya setempat, seperti tradisi makan bersama atau preferensi terhadap kuliner halal. Di negara seperti indonesia dan malaysia, makanan halal telah menjadi bagian dari identitas budaya, di mana faktor sosial dan lingkungan turut memengaruhi keputusan pembelian. Tren ini menunjukkan bahwa budaya lokal memperkuat preferensi konsumen muslim terhadap produk dan layanan yang sesuai dengan nilai islam.

- c. Gaya hidup dan perubahan preferensi konsumen muslim

Gaya hidup berpengaruh besar terhadap pilihan konsumen muslim dalam memilih produk halal. Generasi muda kini lebih peduli pada kesehatan, keberlanjutan, dan etika, namun tetap menjadikan kehalalan sebagai prioritas utama. Mereka cenderung memilih produk yang sehat, ramah lingkungan, dan diproduksi sesuai nilai-nilai Islam.

Ketersediaan produk halal di pasaran juga berperan besar dalam memengaruhi keputusan konsumen muslim. Beberapa tahun terakhir, semakin banyak negara dan perusahaan yang mulai memberi label halal pada produk makanan dan minuman mereka karena menyadari besarnya

potensi pasar muslim. Perkembangan ini membuat produk halal kini lebih mudah ditemukan, baik di sektor kuliner maupun pariwisata di tingkat global.

3. Metodologi Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi *literatur* (*literature review*). Metode ini dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam konsep dan peran literasi halal dalam memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk halal. Penelitian kualitatif dengan pendekatan *literatur* memungkinkan peneliti menganalisis berbagai temuan dari penelitian terdahulu yang relevan, baik dari jurnal nasional maupun internasional, guna memperoleh gambaran komprehensif mengenai hubungan antara tingkat literasi halal dan perilaku konsumen.

Data penelitian diperoleh melalui pengumpulan dan analisis dokumen ilmiah, seperti artikel jurnal, buku, laporan penelitian, dan publikasi akademik yang membahas literasi halal, perilaku konsumen, serta keputusan pembelian produk halal. Sumber-sumber *literatur* ini kemudian diseleksi berdasarkan relevansi topik, keandalan publikasi, serta kesesuaian dengan konteks sosial dan budaya masyarakat. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif, yaitu dengan menelaah pola, tema, dan hubungan konseptual yang muncul dari hasil penelitian terdahulu.

Menurut (Zed, 2014) studi *literatur* merupakan metode yang efektif untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang suatu fenomena tanpa harus melakukan observasi langsung, karena berfokus pada penelusuran teori dan hasil penelitian sebelumnya untuk membangun kerangka konseptual yang kuat. Pendapat ini sejalan dengan pandangan (Creswell & Creswell, 2018) yang menjelaskan bahwa penelitian kualitatif melalui kajian *literatur* bertujuan menemukan makna dari data yang ada melalui interpretasi dan analisis kontekstual. Dengan demikian, penelitian ini berupaya menyajikan pemahaman teoritis yang utuh tentang bagaimana literasi halal berperan dalam membentuk pola pikir dan keputusan konsumen, serta memberikan dasar bagi penelitian empiris selanjutnya.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Novitasari & Fikriyah, 2023) menemukan bahwa literasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik halal di kalangan mahasiswa ekonomi Islam di Jawa Timur. Hasil tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman mahasiswa mengenai kehalalan suatu produk, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk membeli produk yang berlabel halal.

Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian (Aula & Anwar, 2024) yang meneliti pengaruh religiusitas, literasi halal, dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di Jawa Tengah. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan secara parsial literasi halal memberikan pengaruh positif yang nyata. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi halal seseorang, baik dalam memahami hukum, bahan, maupun proses produksi halal, maka semakin kuat pula keputusannya dalam memilih produk halal.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh (Muarrifah & Ida Puspitarini W, 2023) menunjukkan bahwa literasi halal, meskipun tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kesadaran halal masyarakat Penginyongan, tetap memiliki peran penting dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran terhadap produk halal.

Penelitian ini menegaskan bahwa faktor sosial budaya dapat mempengaruhi efektivitas literasi halal dalam membentuk perilaku konsumsi masyarakat.

Secara keseluruhan, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa literasi halal berperan sebagai faktor utama dalam memengaruhi keputusan konsumen muslim untuk memilih produk halal. Pemahaman yang baik mengenai konsep halal tidak hanya memperkuat keyakinan dan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk, tetapi juga mendorong perilaku konsumsi yang sesuai dengan prinsip syariah Islam.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan, maka penelitian ini memperkuat temuan sebelumnya bahwa literasi halal memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk halal. Namun, penelitian ini berupaya memberikan kontribusi baru dengan memperluas konteks dan fokus analisis pada faktor-faktor yang lebih spesifik, yakni bagaimana tingkat pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap literasi halal dapat mendorong mereka untuk lebih selektif dan yakin dalam mengambil keputusan pemilihan produk halal.

Dalam penelitian ini, literasi halal tidak hanya dipahami sebatas kemampuan mengenali label halal pada kemasan produk, tetapi juga mencakup pengetahuan yang lebih mendalam mengenai sumber bahan, proses produksi, serta regulasi halal yang berlaku di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini berusaha menilai sejauh mana pemahaman tersebut berpengaruh terhadap keyakinan dan perilaku konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan prinsip syariah.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkuat bukti empiris bahwa peningkatan literasi halal di masyarakat berpotensi meningkatkan kesadaran dan kepercayaan terhadap produk halal, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan keputusan pembelian atau pemilihan produk halal. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan masukan bagi lembaga sertifikasi halal, pemerintah, dan pelaku usaha untuk memperluas edukasi literasi halal sebagai strategi dalam mengembangkan pasar halal di Indonesia.

5. Kesimpulan

Literasi halal memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk halal, karena pemahaman yang baik mengenai hukum halal, komposisi bahan, proses produksi, dan keaslian sertifikasi mendorong konsumen untuk lebih selektif dan sadar dalam menentukan pilihan konsumsi sesuai prinsip syariah. Semakin tinggi tingkat literasi halal seseorang, semakin kuat pula keyakinan dan kepercayaannya terhadap produk halal yang dikonsumsi, bukan hanya berdasarkan simbol atau logo semata, tetapi karena pemahaman mendalam tentang nilai yang terkandung di dalamnya. Meski begitu, efektivitas literasi halal juga dipengaruhi oleh faktor religiusitas dan budaya sosial yang berkembang di lingkungan masyarakat, sehingga diperlukan upaya edukasi dan sosialisasi berkelanjutan dari pemerintah, lembaga sertifikasi halal, lembaga pendidikan, dan pelaku usaha untuk memperkuat kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam mendukung ekosistem industri halal di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aula, I., & Anwar, A. Z. (2024). Pengaruh Religiusitas, Literasi Halal, dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Pada Masyarakat di Jawa Tengah. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 9(2), 341-355.
- [2] Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.

- [3] Dewi, I. C., & Karyoso, G. (2025). *Tren Halal Dalam Pariwisata Dan Kuliner (Strategi Branding Dan Kepuasan Konsumen Muslim)*. Lakeisha.
- [4] Faraby, M. E., Dahruji, Rahman, T., & Makhtum, A. (2024). Analysis of Literacy and Halal Awareness for Stakeholders Around the University of Trunojoyo Madura. *LAA MAISYIR: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 235-255.
- [5] Muarrifah, S., & Ida Puspitarini W. (2023). Halal Awareness and Halal Literacy Index of Community: A Determinants Study in the Sociocultural Context of Penginyongan. *MABSYA: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(1), 1-20.
- [6] Novitasari, S. I. D., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Literasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal Mahasiswa Ekonomi Islam Se Jawa Timur. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(1), 163-177.
- [7] Nurdany, A. F., & Sholikhah, M. (2021). Tantangan Implementasi UU JPH di Indonesia. *Jurnal Hukum Islam Indonesia*, 3(1), 45-58.
- [8] Setyowati, A., & Anwar, M. K. (2022). Pengaruh Literasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Konsumsi Produk Halal Masyarakat Kabupaten Madiun. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 16(1), 108-124.
- [9] Siregar, B. A., & Ichsan, R. N. (2024). *Teori Pengambilan Keputusan*. CV. Azka Pustaka.
- [10] Zed, M. (2014). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.