

## **Pemahaman dan Kesadaran Halal Pengguna Jasa Makanan Online**

**Baharuddin Semmaila<sup>1</sup>, Nurmiati Muchlis<sup>2</sup>, Nuraeni<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>*Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia*

<sup>2</sup>*Program Studi Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Muslim Indonesia*

<sup>3</sup>*Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muslim Indonesia*

### **Abstrak**

Minat terhadap pembelian makanan online di Kota Makassar mengalami peningkatan. Terdapat sekitar 40% masyarakat memenuhi kebutuhan hidup melalui penggunaan jasa online termasuk makanan (Mediaindonesia.com diakses 22 Desember 2019). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku halal pembelian makanan secara online di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan collaborative research. Responden merupakan pengguna jasa online di Kecamatan Panakkukang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pemahaman halal dengan pembelian makanan secara online, kesadaran halal tidak memiliki hubungan dengan pembelian makanan secara online. Pengguna jasa online didominasi oleh Ibu rumah tangga, dengan latar belakang Pendidikan S1. Tingginya Minat Pembelian makanan secara online oleh masyarakat di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar terutama pada masa pandemi. Diharapkan produsen makanan yang menyajikan secara online perlu menambahkan informasi “halal” untuk makanan yang disajikan melalui aplikasi online. Penerapan kesadaran dan pemahaman halal sangat penting bagi pelaku industri makanan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk makanan yang disajikan secara online.

**Kata Kunci:** *kesadaran halal; pemahaman halal; jasa online*

Copyright (c) 2022 Baharuddin Semmaila

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [nurmiati.muchlis@umi.ac.id](mailto:nurmiati.muchlis@umi.ac.id)

## **PENDAHULUAN**

Industri halal global telah menjadi salah satu pasar konsumen terbesar di dunia. Meningkatnya populasi penganut ajaran Islam, penerimaan positif dari non-Muslim dan meningkatnya migrasi menjadi beberapa faktor terjadinya peningkatan permintaan akan produk dan pelayanan halal (Talib et al., 2020). Perkembangan sektor ini dapat terlihat dari perkembangan perusahaan bersertifikasi halal yang makin meningkat tiap tahunnya. Hal ini tentunya juga terjadi di Indonesia, yang merupakan negara mayoritas muslim terbesar di dunia (Buehler, 2009). Perserikatan Bangsa-Bangsa merumuskan tujuan pembangunan berkelanjutan yang mengidentifikasi tujuh belas inisiatif untuk diterapkan dan dicapai di seluruh dunia pada tahun 2030 yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup warga global. Pemberantasan kemiskinan, pemerataan akses pendidikan dan jaminan ketahanan pangan merupakan pilar utama untuk mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (Azemi & Nusran, 2020). Lebih lanjut di jelaskan oleh Azemi & Nusran (2020)

bahwa Tantangan terbesar adalah tentang memastikan dan mempertahankan pasokan pangan berkualitas yang memadai dengan biaya yang terjangkau melalui program dan inisiatif ketahanan pangan. Ada kebutuhan untuk mengembangkan ekosistem non-eksploitatif yang berkelanjutan dan kondusif untuk melindungi setiap warga dunia secara aman tanpa memandang praktik budaya atau keyakinan. Ekosistem akan berfungsi sebagai blok bangunan untuk mendukung program dan inisiatif ketahanan pangan yang berkelanjutan.

Berbagai macam studi juga telah menunjukkan pandangan pesimistik terhadap pemangku kepentingan sebagai salah satu faktor penghalang operasi logistik halal, yang juga komponen penting untuk menjamin mutu halal (Talib et al., 2015; Ngah et al., 2015; Zailani et al., 2017; Khan et al., 2019). Kesiapan pemangku kepentingan menjadi krusial perannya dalam menjamin mutu halal di berbagai wilayah di Indonesia, namun sejauh apa kesiapan mereka masih belum tergambarkan. Maka dari itu, diperlukan instrumen untuk memetakan kesiapan penjaminan mutu halal pada pemangku kepentingan pangan dan gizi untuk mengkaji tantangan, hambatan demi memecahkan masalah penjaminan mutu halal.

Salah satu rujukan utama konsumen dalam melakukan permintaan barang maupun jasa adalah sangat memperhatikan label halal (Kompas.com diakses 22 oktober 2018). Propinsi Sulawesi Selatan merupakan daerah potensial perdagangan dengan jumlah penduduk yang cukup tinggi, dengan tingkat permintaan barang maupun jasa yang juga tinggi. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Sulawesi Selatan sendiri, tercatat mencapai mencapai 916.232 unit, dan hanya sekitar 86% yang mendapatkan sertifikat halal (Mediaindonesia.com diakses 22 Desember 2019). Kondisi pandemic di Indonesia awal tahun 2020 sampai saat ini, mengubah perilaku masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan hidup. Salah satu diantaranya adalah perilaku menghindari area publik dan kerumunan. Sebagai contoh, di Kota Makassar sekitar 40% masyarakat memenuhi kebutuhan hidup melalui penggunaan jasa *online* termasuk makanan. Meskipun demikian, terdapat beberapa perbedaan mendasar pada pasar pada fasilitas online dan bukan online. Pada pelayanan jasa non online (*rirel*), konsumen bebas mengamati dan memantau kualitas makanan yang akan dikonsumsi karena dapat dilihat secara langsung, misalnya proses pembuatan maupun pengepakan termasuk lokasi dari penyedia jasa makanan. Berbeda halnya dengan pemesanan melalui online, ada beberapa batasan informasi yang hilang, termasuk penjaminan mutu halal dari produk. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi pemangku kepentingan terkait produk halal. Penelitian ini berupaya mengkaji secara mendalam tentang hal tersebut.

## METODOLOGI

Penelitian dengan menggunakan *mixed method*, terdiri dari dua tahap. Penelitian tahap pertama menggunakan desain kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Menggambarkan tingkat pemahaman dan kesadaran pengguna jasa makanan online tentang produk halal. Tahap kedua menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan *reserach and development (R & D)* dengan menggunakan *content analysis*, dengan objek penelitian pengguna jasa online makanan di Kecamatan Panakkukang. Penelitian ini merupakan *collaborative research* (multi disiplin ilmu), serta *professional collaborative*. Peneliti utama merupakan pakar halal yang berlatarbelakang ilmu Teknik, sedangkan anggota peneliti berlatarbelakang ilmu Kesehatan masyarakat untuk kajian pangan dan gizi. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Makassar khususnya Kecamatan Panakkukang, selama bulan November tahun 2022. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perilaku halal pembelian makanan secara online di Kecamatan Panakkukang.

Pengumpulan data data pengguna jasa pemesanan makanan online. Survei dilakukan selama 1 bulan, dengan jumlah sampel sebanyak 126 orang. Subjek penelitian adalah konsumen pengguna jasa online. Sampel diambil berdasarkan *purposive sampling*. Penelitian tahap pertama bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman dan kesadaran pengguna jasa online untuk pemesanan produk makanan halal . Adapun kriteri responden yaitu;

responden merupakan pengguna jasa online muslim, memiliki aplikasi salah satu penyedia jasa online, Memiliki pengalaman melakukan transaksi pemesanan jasa online, dan berusia tiga belas tahun ke atas serta bersedia menjadi responden, ditandai dengan persetujuan *informed consent*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dijelaskan dengan menguraikan terlebih dahulu karakteristik responden dan perilaku pengguna jasa online. Selanjutnya uraian analisis analisis pemahaman halal dan kesadaran halal.

### 1. Karakteristik Responden

**Tabel 1.** Distribusi Responden Perilaku Pembelian Makanan secara Online Berdasarkan Kelompok Umur

Kelompok Umur	N	%
15-19	23	18,25
20-24	37	29,37
25-29	15	11,90
30-34	19	15,08
35-39	11	8,73
40-44	8	6,35
45-49	0,0	0,00
50-54	3	2,38
55-59	5	3,97
di atas 60	5	3,97
Total	126	100

Sumbr: Data Primer, 2022

Tabel 1 menunjukkan bahwa bahwa kelompok usia 20-24 tahun menunjukkan jumlah terbanyak (29,37%). Kelompok terbanyak kedua pada kelompok umur 30-34 tahun (15,08%).

**Tabel 2.** Distribusi Responden Perilaku Pembelian Makanan secara Online

Tingkat Pendidikan	N	%
SMA/Sederajat	40	31,75
D3/Sederajat	6	4,76
S1/S2/S3	80	63,49
Total	126	100

Sumbr: Data Primer, 2022

Tabel 2 menunjukkan bahwa Sebagian besar responden memiliki Pendidikan S1/S2/S3.

**Tabel 3.** Distribusi Responden Perilaku Pembelian Makanan secara Online

Jenis Pekerjaan	N	%
Ibu RT	35	27,8
Petani/Buruh	1	0,8
Wiraswasta	12	9,5
Pegawai	43	34,1
Swasta/PNS	35	27,8

Total	126	100
-------	-----	-----

Sumbr: Data Primer, 2022

Tabel 3 menunjukkan bahwa Sebagian besar responden memiliki Pendidikan S1/S2/S3

## 2. Gambaran Perilaku Pembelian Makanan Secara Online

**Tabel 4.** Distribusi Responden Perilaku Pembelian Makanan secara Online

Pengalaman Membeli Makanan Secara Online	N	%
Ya	36	28.6
Tidak	90	71.4
Total	126	100

Sumbr: Data Primer, 2022

Tabel 4 menunjukkan bahwa responden dominan memiliki pengalaman membeli makanan secara online (71,4%).

**Tabel 5.** Distribusi Responden Perilaku Pembelian Makanan secara Online

Pengalaman Membeli Makanan Secara Online	n	%
1-3 kali	23	18,3
3-5 kali	56	44,4
> 5 kali	16	12,7
Total	126	100

Sumbr: Data Primer, 2022

Tabel 5 menunjukkan bahwa responden paling banyak membeli makanan antara 1 sampai dengan 3 kali (44,4%).

## 3. Pemahaman Halal

**Tabel 6.** Krostabulasi Pemahaman Halal dengan Pembelian Makanan Secara Online, Tahun 2022

Pemahaman Halal	Pembelian Makanan Secara Online				p-value
	Ya		Tidak		
	n	%	n	%	
Kurang Baik	1	50	1	50	0,02
Baik	35	28,2	89	71,8	

Sumbr: Data Primer, 2022

Tabel 6 menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pemahaman halal dengan perilaku pembelian makanan secara online dengan p-value 0,02 (Alpha < 0,05).

## 4. Kesadaran Halal

**Tabel 7.** Krostabulasi Kesadaran Halal dengan Pembelian Makanan Secara Online, Tahun 2022

Kesadaran Halal	Pembelian Makanan Secara Online				p-value
	Ya		Tidak		
	n	%	n	%	
Kurang Baik	0	0	2	100	0,142
Baik	36	29,0	89	71,80	

Sumbr: Data Primer, 2022

Tabel 6 menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara kesadaran halal dengan perilaku pembelian makanan secara online dengan *p-value* 0,142 ( $\text{Alpha} < 0,05$ ).

### **Gambaran penggunaan Jasa Online di Masyarakat**

Kondisi pandemik mampu memberikan perubahan yang signifikan pada seluruh aspek kehidupan. Masa Pandemi Covid-19 memberikan perubahan tersendiri pada pola perilaku masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan. Salah satu aktivitas penting yaitu pemenuhan kebutuhan makanan dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Melalui kondisi pandemic dapat mempercepat proses adopsi layanan digital dalam kehidupan sehari-hari terutama pada Generasi Z (Gen Z).

Beberapa pakar menyatakan bahwa dibanding generasi millennial, generasi Z yang dinilai "digital native" ini juga dikatakan lebih menahan diri, berperilaku baik, dan menghindari risiko (Rahajeng, KH, 2021). Hasil penelitian lembaga penelitian Katadata Insight Center (KIC) mengeksplorasi preferensi mereka dalam layanan digital yang mencakup belanja online, layanan pesan-antar makanan (food delivery), dan layanan pengantaran sembako (online grocery) dalam survei yang dilakukan di Jabodetabek dan tujuh kota besar lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 50% Generasi Z memilih GrabFood sebagai penyedia layanan pesan-antar makanan yang paling sering mereka gunakan dalam 3 bulan terakhir, disusul GoFood (46%), ShopeeFood (3%), dan Maximfood (kurang dari 1%) (Rahajeng, 2021). Dari 50% responden tersebut mengatakan bahwa mereka menggunakan layanan pengiriman makanan secara online. Alasan ini dilakukan karena mereka menganggap hal tersebut lebih praktis, keterbatasan waktu untuk memasak, serta bosan dengan makanan yang berasal dari rumah. Survei juga menemukan bahwa 44% pengguna pengantaran makanan Gen Z adalah pengguna baru yang baru mulai menggunakan layanan ini selama pandemi, dan 90% dari mereka menyatakan bahwa mereka ingin untuk terus menggunakan layanan pengiriman makanan setelah pandemic. (Head of Research KIC Stevanny Limuria, 2021).

Pada penelitian ini pengguna jasa online didominasi oleh Ibu rumah tangga dengan latar belakang Pendidikan S1. Sebagian besar pada kelompok usia produktif. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian yang menjelaskan bahwa pengguna aplikasi atau informasi teknologi Sebagian besar berasal dari berpendidikan tinggi (Kamal, 2021).

### **Pemahaman tentang Makanan Halal**

Pembahasan pada penelitian ini tentang halal life style berpengaruh pada masyarakat yang menjadi konsumen. Mereka semakin kritis dalam melakukan pembelian pada setiap produknya, baik mengkonsumsi produk makanan.

Kosmetik dengan label halal secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam keputusan konsumen untuk membeli kosmetik halal. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman halal pada masyarakat sudah semakin tinggi. Pada penelitian ini diperoleh bahwa terdapat hubungan antara pemahaman halal dengan pembelian makanan secara online. Mereka yang memiliki pemahaman yang baik kecenderungan membeli makanan secara online dan kebanyakan membeli makanan lebih dari 3 (tiga) kali. Adapun parameter pemahaman halal dalam penelitian ini adalah sebagai berikut; memahami arti dari makanan halal, Sertifikat halal memberikan pengakuan terhadap status kehalalan makanan yang dibeli, dapat membedakan mana logo halal otentik dari MUI dan logo halal yang tidak otentik, Halal

tidak hanya persoalan penyembelihan hewan, tetapi mulai dari sumber makanan sampai cara penyajiannya serta Makanan yang beredar di Masyarakat sebaiknya harus dijamin kehalalannya, dengan memiliki logo halal

Penelitian lainnya menjelaskan bahwa saat ini Destinasi pariwisata halal menjadi tempat aman dan nyaman, adanya mushola, dan kuliner halal. Hotel Syariah juga menjadi tempat penginapan yang aman dan nyaman. Tanpa adanya minuman keras dan diskotek bahkan pengunjung harus menunjukkan kartu tanda penduduk dengan alamat yang sama jika yang hendak menginap laki-laki dan perempuan (Baca, 2021). Hal ini memperkuat bahwa masyarakat sangat peduli terhadap produk yang halal untuk dikonsumsi atau digunakan. Selain itu ditambahkan bahwa pemahaman dan kesadaran halal turut dipengaruhi oleh tingkat religiusitas individu (Muchlis, 2017).

### **Kesadaran tentang Makanan Halal**

Penelitian ini menjelaskan bahwa tidak ada hubungan antara kesadaran halal dengan perilaku pembelian makanan secara online. Meskipun tidak ada hubungan namun dapat tergambar bahwa mereka yang memiliki kesadaran yang tinggi terhadap produk halal lebih cenderung untuk memperhatikan produsen. Kecenderungan masyarakat akan memilih produsen atau UMKM yang sudah dikenal dengan baik, serta mereka telah yakin bahwa makanan yang disajikan adalah halal. Termasuk proses untuk pengolahan dan penyajian makanan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menjelaskan bahwa bahwa gaya hidup halal mahasiswa Polinema dimulai dari pemahaman yang utuh tentang hakikat halal. Produk halal, berlabel lebih disukai dibandingkan dengan yang tidak memiliki label halal. (Fadloli, 2021). Hal ini juga sejalan dengan keyakinan bahwa penerapan kesadaran dan pemahaman halal sangat penting bagi pelaku industri (Nusran, 2021). Hal tersebut berguna sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing penjualan atas produk kita di masyarakat.

### **SIMPULAN**

Pada penelitian ini pengguna jasa online didominasi oleh Ibu rumah tangga, dengan latar belakang Pendidikan S1. Pemahaman halal memiliki hubungan dengan pembelian makanan secara online. Kesadaran halal tidak memiliki hubungan dengan pembelian makanan online. Meskipun pada umumnya masyarakat memiliki pemahaman dan kesadaran halal tentang makanan online yang disajikan, banyak di antara mereka tidak menggunakan jasa online untuk membeli makanan. Produsen makanan online diharapkan tentang memberikan informasi yang jelas pada label ataupun gambar makanan yang ditampilkan secara online.

### **Referensi :**

- Alfonsius. 2020. Pelayanan Transportasi Online Di Era New Normal. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 4(2), 91-100.
- Nurbayti. 2019. Tren Pengguna Aplikasi Go-Food di Era Digital (Studi Fenomenologi Pengguna Go-Food di Universitas Amikom Yogyakarta). *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 1(1), 1-10.
- Tjitroesmi, E., & Suhodo, D. S. 2016. Peluang Usaha Produk Halal di Pasar Global : Perilaku Produsen Dalam Memproduksi Produk Halal (Vol. 4, Issue 1). Tumuwe, R., Damis, M., & Muliandi, T. 2018. Pengguna Ojek Online di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Holistik*, 21, 1-19.
- Faridah, H. D. 2019. Sertifikasi Halal Di Indonesia; Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78>



- Helmi, I., Hafidhuddin, D., & Ibdalsyah, I. 2019. Kehalalan Makanan Cepat Saji Menurut Fatwa Mui: Studi Analisis Terhadap Restoran Cepat Saji Di Kota Bogor. *Kasaba: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 40. <https://doi.org/10.32832/kasaba.v12i1.2548>
- Jannah, M. 2019. Efektivitas LPPOM MUI Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal Kepada Masyarakat Di Kota Makassar. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/15705>
- Warto, W., & Samsuri, S. 2020. Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>
- warehousing. *Journal of Islamic Marketing*, 6(3): 354 – 376.
- Rahman, A. & Abdul, M. 2017. Establishment of traceability practices through Halal Assurance System (HAS) implementation. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7 (6).
- Talib, M., Pang, L., Ngah, A. 2020. The role of government in promoting Halal logistics: a systematic literature review. *Journal of Islamic Marketing*, 1759 – 0833.
- Republik Indonesia. 2014. Jaminan Produk Halal. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Republik Indonesia. 2019. Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia.
- Bonita, Anita “Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Pt. Orindo alam ayu”. (Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Medan Area, Medan 2015)
- Baca B. Halal Life Style sebagai Dakwah Determinasi Diri dan Sosial Masyarakat Indonesia. *Jurnal Al-Hikmah*. 2021 Apr 1;19(1):1-2.
- Fadloli, F., Widaningsih, W., & Chalim, A. (2021, October). HALAL LIFESTYLE OF MALANG STATE POLYTECHNIC STUDENTS. In *Seminar Nasional Gabungan Bidang Sosial* (Vol. 3, No. 1).
- Kamal, M. I. H. (2021). PROFIL PENGGUNA, TUJUAN PERJALANAN, DAN FAKTOR PENDORONG PENGGUNAAN OJEK ONLINE DI YOGYAKARTA. *Jurnal Pensil: Pendidikan Teknik Sipil*, 10(2), 61-67.
- Muchlis, N. (2017). Religiusitas dan Retensi Karyawan. *Religiusitas dan Retensi Karyawan*.
- Lantara, D., Muchlis, N., & Pelu, M. F. A. (2021). Pengembangan Wawasan Kewirausahaan Berbasis Halal Knowledge di Desa Belapunranga Kec. Parangloe Kab. Gowa Provinsi Sulawesi Selatan. *Window of Community Dedication Journal*, 135-145.