



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2025) pp: 5794-5800

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Efektivitas Penyuluhan Halal terhadap Peningkatan Kesadaran dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Desa Kedungrejo

Dian Rokhmawati, Sri Hastutik, Agus Hariyanto

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wisnuwardhana Malang

Corresponding Author: dianrahmawati@wisnuwardhana.ac.id

### Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk halal serta efektivitas penyuluhan dalam meningkatkan pemahaman dan perilaku konsumsi halal di Desa Kedungrejo, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis Miles dan Huberman, penelitian melibatkan enam informan ibu rumah tangga yang berperan sebagai pengambil keputusan konsumsi keluarga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebelum penyuluhan, pemahaman halal masih bersifat normatif dan belum diikuti perilaku verifikasi label halal secara konsisten. Setelah penyuluhan, terjadi peningkatan signifikan pada aspek pengetahuan, sikap, dan perilaku, termasuk kebiasaan baru memeriksa label halal dan pemahaman mengenai sertifikasi BPJPH. Penyuluhan dinilai efektif secara substansi meskipun terkendala jumlah peserta dan keterbatasan waktu. Faktor yang memengaruhi kesadaran halal meliputi pendidikan, motivasi diri, peran tokoh agama, lingkungan keluarga, literasi digital, dan preferensi nilai halal yang mengatasi pertimbangan harga. Penelitian ini menegaskan pentingnya edukasi halal berbasis komunitas sebagai strategi peningkatan literasi halal di masyarakat pedesaan.*

**Kata kunci:** kesadaran halal, penyuluhan halal, literasi halal, perilaku konsumen muslim, sertifikasi halal, masyarakat pedesaan.

### 1. Latar belakang

Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya memilih produk halal semakin menjadi perhatian di Indonesia, khususnya sejak diberlakukannya Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UUJPH) yang mewajibkan sertifikasi halal pada berbagai produk konsumsi. Meskipun Indonesia adalah negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia, tingkat literasi halal masyarakat masih belum sejalan dengan pertumbuhan industri halal nasional. Sejumlah studi menemukan bahwa konsumen sering kali tidak memeriksa label halal dan masih mengutamakan faktor harga, kebiasaan, dan preferensi merek dalam mengambil keputusan pembelian [1], [2]. Kondisi ini juga terlihat pada kelompok remaja dan ibu rumah tangga, yang seharusnya menjadi agen utama dalam memastikan keamanan dan kehalalan produk yang digunakan dalam rumah tangga.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa rendahnya kesadaran halal disebabkan oleh minimnya edukasi dan keterpaparan informasi yang memadai. Penelitian [3] menemukan bahwa masyarakat cenderung memahami halal secara normatif, seperti “bebas dari babi” atau “bersih”, tanpa memahamii aspek legal, proses produksi, dan sertifikasinya. Sementara itu, penelitian lainnya menegaskan adanya hubungan signifikan antara tingkat pengetahuan halal dengan perilaku memilih produk halal [4]. Artinya, edukasi halal menjadi komponen krusial yang dapat meningkatkan pemahaman dan praktik konsumsi masyarakat.

Di wilayah pedesaan, permasalahan tentang kesadaran halal cenderung lebih kompleks. Akses informasi yang terbatas, minimnya kegiatan penyuluhan, dan rendahnya literasi digital menyebabkan masyarakat kurang mendapatkan pemahaman memadai mengenai status kehalalan produk. Penelitian [5] menunjukkan bahwa penyuluhan berbasis komunitas terbukti mampu meningkatkan kesadaran halal secara signifikan, namun implementasinya masih belum merata di berbagai daerah. Kondisi ini menjadi relevan di Desa Kedungrejo Kecamatan Pakis Kabupaten Malang, di mana masyarakat—terutama remaja dan ibu rumah tangga—masih cenderung memilih produk berdasarkan kebiasaan dan harga, bukan berdasarkan status kehalalan.

Berdasarkan hasil temuan lapangan yang telah dilakukan peneliti, sebelum dilakukan penyuluhan, masyarakat cenderung memiliki pemahaman normatif mengenai halal dan belum menjadikannya sebagai perilaku selektif. Informan seperti Bu Mariana menyatakan jarang memeriksa label halal sebelum membeli produk, sementara Bu Pariati mengungkapkan bahwa ia sering membeli produk “langsung saja tanpa cek” (hasil wawancara). Namun setelah penyuluhan dilaksanakan, terjadi perubahan perilaku seperti mulai rutin mengecek label halal, lebih selektif terhadap produk kemasan, dan bahkan membuat makanan sendiri untuk menghindari produk yang diragukan kehalalannya. Temuan ini menegaskan bahwa program penyuluhan halal dapat meningkatkan pemahaman dan sikap masyarakat secara nyata.

Beberapa kesenjangan justru terlihat dalam konteks desa, yaitu minimnya edukasi halal formal, terutama bagi remaja dan ibu rumah tangga, kurangnya intervensi penyuluhan berbasis komunitas, padahal pendekatan ini terbukti efektif menurut beberapa studi [5], rendahnya kebiasaan memeriksa label halal, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil wawancara lapangan serta keterbatasan literasi digital halal, yang membuat masyarakat tidak mengetahui cara memverifikasi produk halal.

Kondisi tersebut menunjukkan urgensi penelitian untuk merumuskan strategi peningkatan kesadaran halal yang sesuai konteks sosial masyarakat desa. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1). Bagaimana tingkat kesadaran remaja dan ibu rumah tangga di Desa Kedungrejo terhadap produk halal sebelum dan sesudah penyuluhan? 2) Seberapa efektif kegiatan penyuluhan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai produk halal? Dan 3) Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi kesadaran masyarakat dalam memilih produk halal?

Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada 1) analisis mendalam berbasis model Miles & Huberman untuk memetakan perubahan perilaku halal sebelum dan sesudah penyuluhan yang belum banyak dilakukan pada konteks desa, 2) fokus pada dua segmen strategis: remaja dan ibu rumah tangga, yang menjadi pengambil keputusan konsumsi rumah tangga namun belum banyak dieksplorasi dalam penelitian halal tingkat desa, 3) integrasi temuan lapangan dengan strategi praktis penguatan kesadaran halal, menghasilkan model intervensi edukasi halal berbasis komunitas dan 4) Penggunaan data empiris dari kategori masyarakat pedesaan yang jarang disentuh oleh studi halal mainstream, sehingga memberikan kontribusi baru dalam literatur edukasi halal berbasis masyarakat lokal.

Penelitian tentang kesadaran halal telah banyak dibahas, namun fokusnya lebih banyak pada: perilaku konsumen urban, mahasiswa di perguruan tinggi, konsumen muslim generasi Z,

atau pengguna media digital. Hidayat & Siradj [1] menegaskan pentingnya sertifikasi halal sebagai perlindungan konsumen. Paramawidhita dan Kartini [2] menemukan bahwa edukasi dapat meningkatkan kesadaran halal remaja. Syafrida [6] menunjukkan bahwa pengetahuan halal menjadi faktor dominan dalam perilaku konsumsi halal. Sementara penelitian lain [5] menekankan efektivitas penyuluhan komunitas sebagai strategi peningkatan kesadaran.

Namun, penelitian mengenai strategi penguatan kesadaran halal berbasis penyuluhan desa masih jarang dilakukan, terutama dengan pendekatan kualitatif deskriptif yang menelaah perspektif informan secara mendalam menggunakan analisis Miles & Huberman. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi substansial terhadap pengembangan literatur edukasi halal di Indonesia, terutama dalam konteks pedesaan.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan secara mendalam proses peningkatan kesadaran masyarakat terhadap produk halal setelah mengikuti penyuluhan di Desa Kedungrejo, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposif karena desa tersebut menjadi tempat pelaksanaan penyuluhan halal dan memiliki karakteristik masyarakat dengan tingkat literasi halal yang beragam. Informan penelitian terdiri dari enam ibu rumah tangga yang menjadi peserta penyuluhan dan merupakan pengambil keputusan konsumsi dalam keluarga. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling sesuai relevansi kebutuhan data penelitian.

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan enam informan, observasi selama kegiatan penyuluhan, serta catatan lapangan. Data sekunder berasal dari dokumentasi kegiatan, materi penyuluhan, foto, dan literatur terkait produk halal serta edukasi masyarakat. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat menggali pemahaman dan pengalaman informan sebelum dan sesudah penyuluhan.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi informasi penting dari transkrip wawancara dan mengelompokkan temuan sesuai fokus penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif dan matriks tematik untuk memperlihatkan hubungan antar kategori. Penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap dengan memeriksa kembali pola, konsistensi, dan kesesuaian antar-informan sehingga hasil yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, pembacaan ulang data, pencatatan proses penelitian secara rinci, serta upaya menjaga objektivitas peneliti. Dengan demikian, hasil penelitian mencerminkan kondisi nyata terkait peningkatan kesadaran halal dan faktor-faktor yang memengaruhinya.

## Hasil dan Diskusi

Penelitian ini melibatkan enam informan yang merupakan ibu rumah tangga aktif dalam kegiatan PKK Desa Kedungrejo yang memiliki peran penting sebagai pengambil keputusan konsumsi keluarga. Peran sentral ibu rumah tangga dalam menentukan pilihan konsumsi telah dibuktikan dalam berbagai penelitian, di mana tingkat pengetahuan dan kontrol mereka terhadap produk rumah tangga memengaruhi kebiasaan konsumsi seluruh anggota keluarga [1]. Temuan awal menunjukkan bahwa sebelum penyuluhan, pemahaman masyarakat mengenai produk halal masih bersifat normatif dan belum diikuti dengan praktik yang konsisten. Informan seperti Bu Ina menyatakan bahwa produk dianggap halal selama terlihat bersih, sementara Bu Mariana dan Bu Pariati mengaku jarang memeriksa label halal sebelum membeli produk, sebuah kondisi yang selaras dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa banyak masyarakat masih memaknai halal secara sederhana tanpa memahami proses sertifikasi dan standar legal yang melekat padanya [3].

Setelah penyuluhan diberikan, terjadi perubahan signifikan baik pada aspek pengetahuan maupun perilaku informan. Peserta penyuluhan mulai memahami tanda kehalalan resmi BPJPH, pentingnya nomor registrasi, serta cara membedakan klaim halal informal dari sertifikasi yang sah. Perubahan perilaku terlihat jelas pada informan seperti Bu Susmawati yang mengaku kini terbiasa memeriksa label halal sebelum membeli produk dan Bu Lilik yang memilih membuat makanan sendiri untuk cucunya demi menghindari makanan yang diragukan kehalalannya. Perubahan ini memperkuat temuan penelitian bahwa edukasi halal memiliki efek langsung terhadap peningkatan sikap selektif dan kehati-hatian konsumen dalam pemilihan produk [4], [5], serta sejalan dengan kajian perilaku konsumen muslim yang menyatakan bahwa peningkatan pengetahuan menjadi faktor penting dalam pembentukan niat dan perilaku pembelian halal [9].

Efektivitas penyuluhan secara substansi diakui oleh seluruh informan. Penyuluhan dinilai memberikan wawasan yang mudah dipahami karena materi disampaikan dengan pendekatan kontekstual yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menegaskan bahwa pendekatan berbasis komunitas merupakan strategi edukasi halal paling efektif bagi masyarakat pedesaan yang memiliki keterbatasan literasi digital [5], [6]. Namun demikian, terdapat beberapa hambatan teknis yang diidentifikasi, seperti jumlah peserta yang terlalu banyak sehingga suasana menjadi kurang kondusif serta durasi penyuluhan yang singkat karena digabung dengan kegiatan PKK. Informan seperti Bu Ina menilai perlunya alokasi waktu lebih panjang bagi sesi dialog agar peserta dapat memperdalam pemahaman. Hambatan ini menunjukkan bahwa meskipun penyuluhan efektif dalam konten dan penyampaian, peningkatan kualitas teknis perlu diperhatikan agar hasilnya lebih optimal.

Analisis terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kesadaran halal menunjukkan bahwa kesadaran tidak hanya ditentukan oleh motivasi individu, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti peran tokoh agama dan keluarga. Faktor religiusitas dan dukungan lingkungan sosial terbukti memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan konsumsi halal [11], mempertegas hasil penelitian ini yang menunjukkan dominasi peran ibu sebagai pengelola konsumsi rumah tangga dan tokoh agama sebagai sumber otoritas moral. Faktor literasi digital menjadi tantangan tersendiri, di mana sebagian besar informan belum terbiasa menggunakan aplikasi pengecekan

halal atau mengakses informasi halal secara daring. Kondisi ini senada dengan penelitian tentang rendahnya literasi halal digital di wilayah pedesaan [12]. Menariknya, faktor ekonomi tidak menjadi hambatan utama, karena sebagian besar informan tetap memilih produk halal meskipun harga sedikit lebih tinggi. Preferensi ini mendukung temuan bahwa nilai kehalalan memiliki posisi lebih tinggi dibandingkan pertimbangan harga bagi konsumen muslim [14].

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa edukasi halal mampu meningkatkan pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat secara signifikan. Hasil ini sejalan dengan teori perilaku konsumen muslim yang menyatakan bahwa pengetahuan, sikap, dan religiusitas saling berinteraksi dalam membentuk kesadaran dan keputusan pembelian halal [9]. Program penyuluhan berbasis komunitas terbukti menjadi strategi efektif untuk meningkatkan literasi halal masyarakat desa, namun implementasinya perlu diperkuat dengan desain penyuluhan yang lebih terstruktur, jumlah peserta yang lebih proporsional, serta dukungan teknologi informasi yang mudah dijangkau oleh masyarakat.

## **Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menilai tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk halal sebelum dan sesudah penyuluhan, menganalisis efektivitas metode penyuluhan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kesadaran halal di Desa Kedungrejo, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang. Berdasarkan hasil analisis kualitatif dan temuan empiris dari enam informan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk halal sebelum penyuluhan masih tergolong rendah dan bersifat normatif. Masyarakat memahami halal sebatas pada konsep kebersihan atau bebas dari babi, tetapi belum menerapkan praktik verifikasi secara konsisten terhadap label halal maupun sertifikasinya. Setelah mengikuti penyuluhan, terjadi peningkatan signifikan dalam aspek pengetahuan, sikap, dan perilaku. Informan mulai memahami perbedaan label halal resmi, memeriksa nomor registrasi BPJPH, serta menunjukkan kebiasaan baru dalam mengecek kehalalan produk sebelum membeli. Hal ini menunjukkan bahwa penyuluhan memberikan dampak nyata dalam meningkatkan literasi dan praktik konsumsi halal di masyarakat.

Metode penyuluhan terbukti efektif secara substansi. Materi yang disampaikan secara sederhana, relevan, dan kontekstual membuat peserta lebih mudah memahami informasi yang diberikan. Namun efektivitas teknis penyuluhan masih perlu ditingkatkan, terutama terkait jumlah peserta yang terlalu banyak dan keterbatasan waktu pelaksanaan. Kendala-kendala tersebut tidak mengurangi manfaat penyuluhan, tetapi menunjukkan bahwa pengelolaan teknis berpengaruh terhadap kedalaman pemahaman peserta. Penelitian ini juga menemukan bahwa faktor yang memengaruhi kesadaran halal meliputi faktor internal seperti pendidikan dan motivasi diri, faktor eksternal seperti peran tokoh agama dan keluarga, faktor informasi berupa literasi digital halal, serta faktor ekonomi yang ternyata tidak menjadi hambatan dominan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa edukasi halal berbasis komunitas merupakan pendekatan yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat pedesaan terhadap produk halal.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan untuk implementasi dan penelitian selanjutnya. Pertama, kegiatan penyuluhan

halal sebaiknya dilakukan secara berkala dengan jumlah peserta yang lebih terbatas agar diskusi dapat berlangsung lebih interaktif dan mendalam. Penyuluhan juga dapat dilengkapi dengan media visual, simulasi langsung cara mengecek kehalalan produk melalui aplikasi resmi, serta pelatihan literasi digital sederhana agar masyarakat lebih mudah mencari informasi halal secara mandiri. Kedua, kolaborasi antara pemerintah desa, tokoh agama, PKK, dan perguruan tinggi perlu diperkuat untuk menciptakan ekosistem edukasi halal yang berkelanjutan. Dukungan tersebut penting untuk menjaga keberlanjutan perilaku selektif masyarakat terhadap produk halal.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar cakupan informan diperluas tidak hanya pada ibu rumah tangga tetapi juga remaja, pedagang, dan pemilik UMKM agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Penelitian lebih lanjut juga dapat menggunakan pendekatan campuran (mixed methods) dengan menyertakan instrumen kuantitatif untuk mengukur perubahan tingkat kesadaran secara lebih terstruktur. Selain itu, kajian mengenai efektivitas media digital, aplikasi halal, serta peran teknologi dalam edukasi halal di masyarakat pedesaan merupakan area penelitian yang potensial untuk dikembangkan mengingat masih rendahnya literasi digital halal pada masyarakat desa.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] A. S. Hidayat and M. Siradj, "Optimalisasi Sertifikasi Halal Produk Pangan sebagai Perlindungan Konsumen," *Ahkam: Jurnal Ilmu Syariah*, vol. 17, no. 2, pp. 199–210, 2021.
- [2] R. Y. Paramawidhita and N. H. Kartini, "Peningkatan Kesadaran Penggunaan Produk Halal di Kalangan Remaja," *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 7, no. 2, pp. 199–202, 2023.
- [3] N. Ramlan, "Sertifikasi Halal dan Implikasi Etika Bisnis Islami," *Ahkam: Jurnal Ilmu Syariah*, vol. 16, no. 1, pp. 145–154, 2020.
- [4] D. E. Wibowo and B. D. Madusari, "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen," *Indonesian Journal of Halal*, vol. 2, no. 1, pp. 73–80, 2023.
- [5] A. R. Ambali and A. N. Bakar, "Awareness on Halal Foods and Community-Based Education Approaches," *Jurnal Sosial Humaniora*, Sinta 4, 2019.
- [6] R. Syafrida, "Kesadaran Produk Halal dan Implikasinya terhadap Perilaku Konsumen," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 22–35, 2022.
- [7] A. N. Hapsari and R. S. Utami, "Analisis Persepsi Masyarakat terhadap Label Halal," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 5, no. 4, pp. 1123–1130, 2020.
- [8] M. F. Rahman, "Edukasi Halal melalui Pendekatan Komunitas di Pedesaan," *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 4, no. 3, pp. 145–153, 2021.
- [9] R. F. Aziz and M. M. Hossain, "Determinants of Muslim Consumers' Halal Food Purchase Intention: The Role of Knowledge, Attitude and Religiosity," *Journal of Islamic Marketing*, vol. 12, no. 4, pp. 678–695, 2021.
- [10] A. Y. Al-Ansi, R. Olya, and H. Han, "Role of Halal-Friendly Destination Attributes in Shaping Tourists' Satisfaction and Trust," *Journal of Destination Marketing & Management*, vol. 13, pp. 51–60, 2019.

- [11] A. H. Hamdan, N. Issa, and M. Jusoh, "Influence of Religiosity, Knowledge and Attitude on Halal Purchase Intention among Muslim Consumers," *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, vol. 8, no. 12, pp. 865–874, 2018.
- [12] S. A. Rahmah and L. Suryani, "Digital Literacy and Halal Awareness among Rural Muslim Communities," *Jurnal Komunikasi dan Penyuluhan*, vol. 6, no. 2, pp. 120–131, 2021.
- [13] N. N. Noordin, N. L. Noor, and Z. Samicho, "Strategic Approach to Halal Certification System: An Ecosystem Perspective," *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, vol. 121, pp. 79–95, 2021.
- [14] M. K. Rahman and M. M. Alam, "Consumer Demand for Halal Products: An Empirical Investigation," *Journal of Islamic Business and Management*, vol. 9, no. 2, pp. 260–275, 2017.