

Pelatihan Mengenal Produk Pangan Halal Berbasis *Website LPPOM MUI*

Ony Linda¹, Imron Baehaqi¹, dan Widya Asih Lestari²

¹Program Studi Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan,
Universitas Muhammadiyah Prof. DR HAMKA. Jalan Limau II Kebayoran Baru,
Jakarta Selatan, 12130

²Program Studi Ilmu Gizi, Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan,
Universitas Muhammadiyah Prof. DR HAMKA. Jalan Limau II Kebayoran Baru,
Jakarta Selatan, 12130

Email: ony_linda@uhamka.ac.id

Abstrak

Indonesia sebagai salah satu negara muslim terbesar di dunia selayaknya sangat peduli dan sadar dalam pemilihan produk halal, salah satunya adalah pangan. Kepedulian ini harus meluas di seluruh kalangan termasuk remaja di perkotaan (generasi Z) yang memiliki karakteristik cepat mengikuti perkembangan teknologi digital. Permasalahan yang muncul adalah pemahaman siswa yang belum maksimal tentang pentingnya konsumsi pangan halal sehingga kegiatan ini bertujuan memberikan pelatihan mengenal produk pangan halal melalui *website LPPOM MUI* (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) dengan alamat www.halalmui.org bagi guru, karyawan, dan orang tua siswa SDS Muhammadiyah 4 Cawang. Mereka selanjutnya akan menyampaikan hasil pelatihan ini kepada siswa. Kegiatan ini dilaksanakan tanggal 19 Juli 2021 secara *online* melalui aplikasi *zoom meeting* dan diikuti peserta sebanyak 58 orang, namun yang mengisi daftar hadir hanya sebanyak 51 orang. Pelatihan diawali dengan penyampaian materi gizi dan pangan halal menurut pandangan Islam, lalu dilanjutkan dengan pelatihan menggunakan *website LPPOM MUI* untuk melihat kehalalan produk, nomor sertifikat dan batas *expirednya*. Saran dari kegiatan ini menjalin kerja sama lanjutan antara tim pengabdian pada masyarakat dengan mitra untuk memaksimalkan hasil sosialisasi yang terbatas waktunya dan memperluas kerja sama tidak hanya di tingkat sekolah dasar saja, tetapi ke tingkat sekolah yang lebih tinggi yaitu sekolah menengah dan atas.

Kata kunci: Pelatihan, Website, Kesadaran, Pangan halal

Abstract

Indonesia as one of the largest Muslim countries in the world should be very concerned and aware in the selection of halal products, one of them is food. This concern must extend to all circles, including adolescents in urban areas (generation Z) who have adapted to technology quickly. The problem of students' curiosity about halal food products has not been maximized. So, this event aims to provide training on halal food products through the LPPOM MUI website (Institute for the Study of Food, Drugs, and Cosmetics of the Indonesian Ulema Council) with the address www.halalmui.org for teachers, employees, and parents of SDS Muhammadiyah 4 Cawang students. After that, they are going to convey the training results to students. This activity was held on 19 July 2021 through the zoom meeting application and was attended by 58 participants, but only 51 people filled the attendance list. The training began with delivery of nutrition material and halal food according to the Islamic view. Then, it continued with training using the LPPOM MUI website to see the halalness of the product, certificate number and expiration date. Some suggestions were addressed to continue collaboration between the community service team and partners to maximize the results of training and expand cooperation to higher school levels, such as middle and high schools.

Keywords: Training, Website, Awareness, Halal Food

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara muslim terbesar didunia. Diperkirakan terdapat sebanyak 229 juta jiwa atau sebesar 87,2% dari populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 273 juta jiwa (13% dari populasi muslim di dunia) beragama Islam (Country, 2020). Islam bukan hanya menjadi agama ritual dalam beribadah tetapi juga sebagai pondasi dalam gaya hidup, salah satunya adalah gaya hidup memilih produk halal.

Halal tidak hanya menjelaskan tentang bebas dari komponen yang dilarang dalam Islam, tetapi juga secara keseluruhan konsep yaitu baik dan bermanfaat (Mian. M.C, 2004). Ia merupakan sebuah prinsip dalam agama Islam yang digunakan untuk menyatakan bahwa sesuatu hal diperbolehkan atau tidak dalam penggunaannya dan disertai *consent* terhadap cara memperolehnya dan unsur yang membahayakannya yang berlandaskan pada syariat Al quran dan hadits (Ali, 2016). Sebagai salah satu contoh adalah bagaimana Islam memperhatikan makanan dan minuman. Pangan dalam hal ini makanan dan minuman yang dikonsumsi umat Islam harus memenuhi kode islami. Acuan yang digunakan untuk menunjukkan bahwa umat manusia haruslah mengonsumsi pangan yang berasal dari tumbuhan maupun hewan yang halal tercantum dalam Al quran dan hadist, sebagaimana dalam q.s. Al-Baqarah: 168 yang artinya

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

Makna kata *thayib* (baik) adalah pangan yang memiliki manfaat baik secara jasmani maupun rohani. Makanan dan minuman yang *thayib* dapat pula diartikan pangan yang memiliki nilai gizi baik, cita rasa yang enak, sanitasi yang terjamin, dan tidak menimbulkan masalah kesehatan bagi orang yang mengonsumsinya. Konsumen muslim di Indonesia dilindungi oleh instansi pemerintah seperti Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang memiliki tugas untuk mengawasi produk-produk yang beredar di masyarakat, dan bekerja sama dengan LPPOM-MUI untuk memberikan sertifikasi halal (Fauziah, 2012).

Seiring pertumbuhan ekonomi Islam yang meningkat, maka diikuti pula dengan daya beli yang meningkat. Data dari Global Islamic Economy menginformasikan tingkat belanja konsumen muslim mencapai US\$ 2,2 triliun pada tahun 2018 yang mencakup sektor makanan, farmasi, dan gaya hidup (Global Finance Report, 2019). Tingkat belanja konsumen muslim global pada tahun 2012 pada sektor makanan dan gaya hidup cukup tinggi yaitu mencapai US\$ 1,62 miliar (Farook, 2013).

Indonesia sebagai negara dengan potensi pasar konsumen halal terbesar, sudah selayaknya juga masyarakatnya memiliki tingkat kesadaran dalam pemenuhan kebutuhan produk-produk halal. Kesadaran adalah kemampuan untuk merasakan dan menyadari adanya suatu objek. Kesadaran telah diterjemahkan ke dalam berbagai hal penting dalam menentukan niat untuk memilih suatu produk. Menurut Riaz dan Chaundry (2004) faktor yang mempengaruhi konsumsi suatu produk antara lain agama, ras, pengetahuan, dan persepsi. Sementara kesadaran dan perilaku dalam menggunakan produk-produk halal dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan setiap konsumen muslim untuk mencari, mendapatkan, menggunakan, dan mengonsumsi produk halal sesuai dengan syariat Islam (Shaari, 2010). Pengetahuan terhadap halal tidak hanya dilihat dari sudut pandang konsumen, tetapi juga dari sudut pandang perusahaan industri (Waskito, 2017). Industri halal yang berkembang dapat mempengaruhi produsen/ pabrik ikut berpartisipasi dalam mendaftarkan produk atau jasanya untuk mendapatkan sertifikasi halal. Industri barang dan layanan berbasis halal memiliki daya tarik yang memiliki \$ 1 USD triliun di dunia, termasuk dalam sektor keuangan, kecantikan, pariwisata, dan perhotelan (The Halal Journal, 2008).

Kehadiran label halal pada produk barang ataupun jasa menjadi pertimbangan khusus bagi umat Islam. Label halal akan menjadi salah satu tanda bahwa produk tersebut telah memiliki sertifikasi halal yang telah teruji. Sertifikasi halal adalah jaminan keamanan bagi umat Islam untuk dapat menggunakan, memanfaatkan, ataupun mengonsumsi suatu bentuk produk (Aziz dan Vui, 2013).

Produk yang dijual terutama secara *online* sangat mudah diakses oleh anak remaja perkotaan saat ini yang masuk kategori generasi Z (Gen-Z) atau generasi

post-millennial karena karakteristik mereka (yang juga masuk dalam kategori siswa) berkaitan erat dengan perkembangan teknologi digital, akses internet, dan kehidupan lingkungan sosial dan merupakan usia yang paling signifikan dalam perubahan terutama pengetahuan, sikap, dan perilaku (Dimock, 2019). Hal ini tentunya harus diimbangi dengan pemahaman yang tepat dalam keputusan memilih produk pangan halal terutama untuk remaja muslim. Bila sejak awal kelompok ini sudah diberikan pemahaman yang baik, maka selanjutnya akan memudahkan mereka menjadikan konsumsi produk pangan halal sebagai trend menerapkan gaya hidup halal. Pemberian pemahaman ini salah satunya bisa dilakukan oleh guru para remaja tersebut sebagai perpanjangan informasi yang cukup efektif maupun karyawan yang berinteraksi dengan mereka. Agar pemahaman guru dan karyawannya lebih meningkat, perlu upaya pencerahan atau pelatihan pemberian pemahaman terlebih dahulu sehingga saat menyampaikan ke anak didiknya, menjadi lebih efektif.

Sekolah Dasar Muhammadiyah 4 Cawang letaknya di pusat kota Jakarta Timur, sekitar 11 kilo meter dari kampus UHAMKA. Siswa sekolah ini termasuk kelompok remaja yang sangat potensial untuk menjadi mitra dalam meningkatkan kepedulian memilih produk halal melalui ajakan dari guru dan karyawan yang memiliki intensitas bertemu cukup sering (Senin hingga Jumat). Selain itu orang tua juga merupakan perpanjangan tangan guru untuk menyampaikan hal-hal penting untuk anak-anaknya sehingga mereka lebih lengkap mendapatkan informasi yang bermanfaat. Meskipun saat ini kondisi pandemi covid-19 namun tidak menutup kemungkinan anak-anak ini tetap melakukan jajan, baik secara langsung maupun memesan melalui aplikasi *online*. Hal ini menjadi penting untuk memotivasi mereka untuk peduli memilih produk halal yang akan dikonsumsi. Sehingga tujuan kegiatan ini memberikan pelatihan menggunakan website LPPOM MUI untuk mengecek status kehalalan produk pangan, mengecek nomor sertifikat dan tanggal berlakunya. Selain itu memberikan materi tentang gizi dan produk halal dari aspek syariat Islam

MASALAH

Remaja gen-Z mempunyai kecenderungan suka akan tantangan dan memiliki rasa penasaran yang tinggi. Bila dikaitkan dengan perilaku konsumen, dalam hal ini adalah siswa, keputusan untuk memilih produk pangan halal dipengaruhi oleh pengetahuan, sikap, kepercayaan, sarana prasarana, dan dukungan dari keluarga, guru, petugas lain. Dukungan dari guru dan karyawan termasuk orang tua akan berpengaruh terhadap kesadaran siswa dalam pemilihan, pemanfaatan, dan penggunaan produk, dalam hal ini makanan dan minuman. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah melalui informasi yang diberikan oleh gurunya atau karyawan yang berinteraksi dengan mereka, termasuk orang tuanya. Dan untuk mendukung hal tersebut, guru dan karyawannya, serta orang tua perlu diberikan peningkatan pemahaman tentang produk halal melalui kegiatan pelatihan produk pangan halal berbasis *website* LPPOM MUI sehingga kesadaran untuk memilih produk halal terbentuk untuk memberikan dirinya dan juga meluas ke anak didiknya, dimana kepedulian anak-anak ini terhadap produk pangan halal belum tumbuh secara maksimal.

METODE PELAKSANAAN

Aktivitas pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan di masa pandemi *covid-19* sehingga seluruh teknisnya dilakukan secara virtual. Tahapan kegiatan ini meliputi:

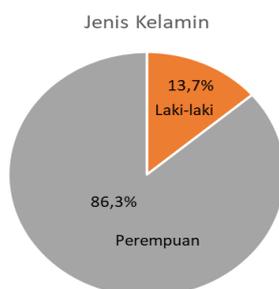
Tahap Awal

Persiapan, yaitu melakukan pertemuan dengan perwakilan mitra membahas permasalahan di bidang pangan yang terjadi dan perlu dicarikan solusi. Masalah yang muncul adalah kesadaran siswa yang belum maksimal dalam memilih produk halal sehingga perlu dilakukan sosialisasi pangan halal dalam rangka meningkatkan kesadaran anak didiknya yang dapat dilakukan oleh guru dan karyawan serta orang tuanya.

Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan tanggal 19 Juli 2021 dimulai pukul 09.00 hingga 12.30 WIB dengan beberapa tahapan:

- a) Pertama, penyampaian materi sosialisasi tentang konsep pangan dari aspek gizi secara umum dan pangan halal dari aspek syariat Islam
- b) Kedua, pelatihan menggunakan *website* LPPOM MUI untuk mengecek status kehalalan produk pangan, mengecek nomor sertifikat dan batas kadaluarsanya menggunakan *website* LPPOM MUI. Peserta yang ikut kegiatan meliputi guru dan karyawan termasuk orang tua siswa sebanyak 58 orang, namun yang mengisi daftar hadir hanya sebanyak 51 orang. Perempuan mendominasi dalam kegiatan ini yaitu sebanyak 44 orang (86.3%) sebagaimana terlihat di gambar 1 berikut



Gambar 1. Peserta Kegiatan Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik lain meliputi usia, tingkat pendidikan, dan perwakilan peserta tersaji di dalam tabel 1 berikut

Tabel 1 Distribusi Peserta Berdasarkan Karakteristik di SD Muhammadiyah 4 Cawang, Jakarta Timur Tahun 2021

Karakteristik	Jumlah	(%)
Usia (tahun)		
< 20	2	3.9
20--29	23	45.1
30--39	15	29.4

40--49	8	15.7
50--59	3	5.9
<hr/>		
Tingkat Pendidikan		
SMA	17	33.3
Diploma	3	5.9
Sarjana	23	45.1
Pascasarjana	8	15.7
<hr/>		
Perwakilan		
Guru	26	51.0
Karyawan	5	9.8
Orangtua murid	20	39.2
<hr/>		

Tahap Evaluasi

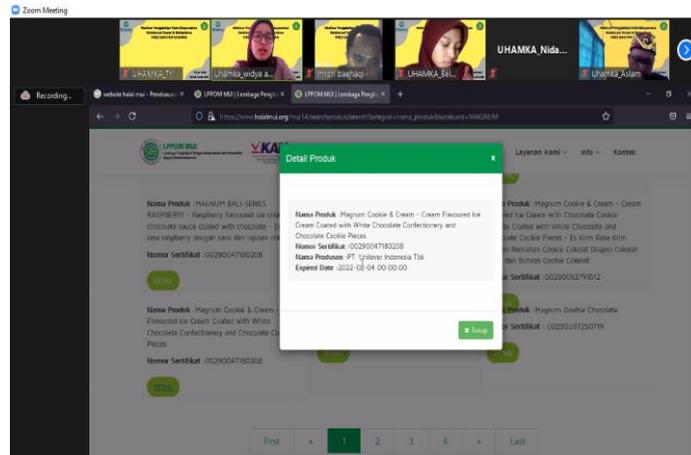
Evaluasi kegiatan ini dilakukan sejak awal (melakukan penilaian terhadap kesiapan kegiatan pengabdian masyarakat), pertengahan (melakukan penilaian saat pelaksanaan kegiatan: target, kuantitas, dan kualitas kegiatan), dan setelah kegiatan (penyampaian kembali materi tentang pangan halal ke anak didik mitra).

Bentuk evaluasi terkait pemahaman materi dilakukan dengan memberikan 9 pertanyaan terkait materi yang telah digunakan menggunakan media *quizizz*. Hasilnya sebesar 15% peserta mendapatkan nilai tertinggi yaitu menjawab 8 pertanyaan dengan benar, 20% peserta berhasil menjawab 7 pertanyaan dengan benar, dan selebihnya sukses menjawab 6 pertanyaan dengan benar. Sehingga bisa disimpulkan bahwa para peserta yang mengikuti kegiatan memahami dengan baik materi yang telah disampaikan oleh para nara sumber.

PEMBAHASAN

Pelatihan mencari informasi produk pangan halal merupakan hal yang belum terbiasa dilakukan oleh mitra sehingga ini merupakan wawasan tambahan bagi mereka. *Website* LPPOM MUI dapat diakses di www.halalmui.org. Keunggulan website ini adalah hanya cukup dengan modal kuota internet yang memadai maka kita dapat memperoleh informasi yang banyak tentang produk

pangan halal. Ketika sudah berada di dalam *website*, kita cukup mencari nama produk dengan cara mengetiknya di kolom pencarian, lalu melihat detailnya, setelah itu akan muncul nama produk, nomor sertifikat, nama produsen, dan tanggal kadaluarsa sertifikat seperti yang terlihat di gambar 2 berikut



Gambar 2. Tampilan Website Hasil Pencarian Produk Halal

Adapun kelemahan menggunakan website ini adalah sangat bergantung pada kekuatan jaringan dan kuota internet yang dimiliki.

Faktor penghambat dalam kegiatan ini meliputi pimpinan mitra kegiatan harus menjalani isolasi mandiri (isoman) karena terindikasi positif covid-19 sehingga kegiatan terlaksana setelah kegiatan isoman selesai dilaksanakan. Selain itu, pelaksanaan kegiatan secara daring (online) tidak dapat mengontrol seluruh peserta dalam mengikuti kegiatan

KESIMPULAN

Seluruh kegiatan berjalan optimal sesuai rencana berjalan dengan dari seluruh tahapan yang direncanakan dilihat dari aspek waktu (sesuai kesepakatan awal), target peserta (memenuhi), metode penyampaian (bisa dipahami oleh peserta), respon peserta (baik, dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan), dan rencana tindak lanjut kegiatan berikutnya dipantau pemanfaatan *website* untuk mencari informasi produk pangan halal.

Kerja sama lanjutan disarankan terus berjalan antara tim pengabdian pada masyarakat dengan mitra untuk memaksimalkan hasil sosialisasi yang terbatas waktunya. Selain itu, memperluas kerja sama tidak hanya di tingkat sekolah dasar saja, tetapi ke tingkat sekolah yang lebih tinggi yaitu sekolah menengah dan atas

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada LPPM UHAMKA sebagai pemberi dana dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat sehingga semua dapat berjalan dengan lancar. Terima kasih juga kepada Dekan Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan UHAMKA yang telah mensupport kegiatan ini hingga kegiatannya bisa terlaksana. Demikian juga kami sampaikan terima kasih kepada mitra pengabdian masyarakat yaitu SD Muhammadiyah 4 Jakarta Timur yang telah berkolaborasi dengan baik sehingga semua rencana yang telah disusun bersama dapat terlaksana. Kepada para mahasiswa yang telah membantu kegiatan ini sehingga berjalan lancar juga kami sampaikan terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, M. (2014). The Influence of Religious Behaviour On Consumers Intention to Purchase Halal-Labeled Product. *Business and Entrepreneurial Review*, 15-32.
- Ali, M. (2016). *Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung jawab Produk atas Produsen Industri Halal*. Ahkan.
- Country. (2020). *World Population Review*. Retrieved from Muslim Population: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country>
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Retrieved from Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Farook S, S. R.-S. (2013). *State of The Global Islamic Economy*. New York (USA): Thomas Reuters.
- Fauziah. (2012). Perilaku Komunitas Muslim dalam Mengonsumsi Produk Halal di Provinsi Bali. *Multikultural dan Multireligius*.
- LPPM UHAMKA. (2020). *Panduan Penyusunan Proposal Pengabdian pada Masyarakat 2020*. Jakarta
- Mian. M.C, N. M. (2004). *Halal Food Production*.

Rika Yulita Amalia, S. F. (2018). Bersertifikat Halal di Indonesia: Implementasi Teori Perilaku Terencana Ajsen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Asean*.

Salehudin I, M. B. (2012). *Pemasaran Halal: Konsep, Implikasi dan Temuan di Lapangan*. Depok: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.