


PENGARUH EDUKASI HALAL TERHADAP PEMBENTUKAN KARAKTER DAN MORAL REMAJA MUSLIM**Citra Ayu Aulia Safitri, Cantika Fitriana, Aghita Nurliza Ahada, Ina Khoirunnisa, Indriyanti Widayratna¹**¹Department of Pharmacy, Universitas Darussalam, Gontor Ponorogo Indonesia 
chacitraa28@gmail.com**Article info:**

Submitted : 2-2-2026

Revised : 12-3-2026

Accepted : 9-5-2026



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Publisher:

PC IAI Sragen

ABSTRAK

Tren gaya hidup di era globalisasi saat ini menjadi faktor utama yang mempengaruhi karakter dan moral masyarakat muslim, terutama remaja. Pengaruh media sosial yang tidak baik dan minimnya pengetahuan gaya hidup halal (halal lifestyle) menjadi penyebab utama penyimpangan sikap remaja muslim dari kewajiban halal yang secara tegas diperintahkan dalam Al-Qur'an [2:168]. Halal lifestyle yang sesuai dengan aturan agama Islam dapat membentuk karakter dan moral seseorang, sehingga edukasi halal lifestyle perlu dilakukan, sebagai upaya dalam membentuk pola pikir dan karakter Islami. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengidentifikasi efektivitas edukasi halal lifestyle terhadap peningkatan pemahaman dan kesadaran pentingnya halal dalam membentuk karakter dan moral islami pada remaja di pesantren. Metode yang dilakukan adalah penyebaran kuesioner pre-test dan post-test dengan analisis data bivariat menggunakan instrumen N-Gain Score. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan sebanyak $89\% \pm 18,35$ pada korelasi antara halal lifestyle dengan pembentukan moral remaja, sebelum dan sesudah diberi edukasi. Sebagian besar remaja mengungkapkan bahwa edukasi halal lifestyle merupakan hal vital yang dapat mempengaruhi seseorang dalam bersikap dan menentukan tindakan. Temuan ini menunjukkan bahwa edukasi halal lifestyle pada remaja pesantren cukup efektif ($g=0,596$) dalam meningkatkan kesadaran remaja untuk memilih gaya hidup halal yang sesuai syariat agama islam.

Keywords: edukasi; gaya hidup halal; karakter; pesantren; remaja**1. PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan salah satu negara dengan mayoritas penduduk beragama islam terbesar di dunia, dengan total penganut sebanyak 237 jiwa atau sebesar 86,7% dari total populasi (The Royal Islamic Strategic Studies Center, 2023). Berdasarkan jumlah tersebut, pemerintah Indonesia memiliki tanggung jawab besar untuk menjamin kehalalan produk yang beredar di Indonesia (Putri et al., 2023).

bagian besar masyarakat Indonesia di era modern saat ini belum menyadari bahwa terdapat banyak produk yang beredar secara luas tanpa label halal. Hal ini menyebabkan maraknya konsumsi produk yang tidak jelas kehalalannya dalam kehidupan sehari-hari (Susanti & Mashudi, 2022).

Seperti hadis yang telah diriwayatkan Abu Hurairah menjelaskan Rasulullah SAW bersabda:

"أَيُّتَيْنِ عَلَى النَّاسِ زَمَانٌ لَا يُبَالِي الْمَرْءُ بِمَا أَخَذَ الْمَالَ مِنْ خَلَالٍ أَمْ مِنْ حَرَامٍ"

"Sungguh akan datang suatu masa ketika manusia tidak lagi memedulikan dari mana ia mendapatkan hartanya, apakah dari jalur halal ataukah dari jalur haram" (HR. Bukhari) (Yetty & Priyatno, 2021)

Pemilihan produk halal merupakan kewajiban yang tidak bisa ditolak oleh umat muslim karena merupakan bentuk dari ketaatan agama (Rokhmawati et al., 2024). Pengetahuan yang minim dalam identifikasi produk halal-haram serta pengonsumsian dan produk oleh remaja yang sering tidak memperhatikan aspek kehalalan, menunjukkan literasi kehalalan remaja yang

masih terbatas, karena hanya sebatas melihat label halal yang faktanya produk tersebut belum tentu terverifikasi halal atau tersertifikasi oleh BPJPH (Rahmat et al., 2022). Pengaruh gaya hidup konsumtif dan kurangnya kesadaran islami digambarkan dalam kondisi banyaknya kasus krisis moral di kalangan remaja (Ihsan & Mukrimah, 2023). Sehingga meskipun pesantren merupakan lingkungan yang strategis untuk pembentukan karakter, secara optimal belum memberikan edukasi kehalalan yang dikemas dengan menarik.

Dalam era globalisasi, masyarakat mengalami kesulitan untuk memahami masalah makanan, minuman, dan produk halal. keberadaan produk dari berbagai budaya dan negara dapat berdampak pada cara pandang siswa terhadap kehalalan produk yang dikonsumsi (Sari et al., 2024). Banyak Produk yang belum tersertifikasi halal seperti makanan, minuman dan kosmetik beredar dan mudah diperoleh secara online. Remaja perempuan sebagai konsumen terbesar cenderung mengkonsumsi produk tersebut karena kurangnya penyuluhan dan pemahaman yang cukup terhadap pentingnya kehalalan dalam memilih produk (Rokhmawati et al., 2024). Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini akan membahas tentang bagaimana persepsi pemahaman pelajar terhadap produk halal termasuk peran pendidikan dalam meningkatkan pemahaman makan dan minuman halal pelajar di Pondok Pesantren X.

Banyak penelitian tentang literasi halal yang berfokus pada masyarakat umum dan siswa, tetapi sangat sedikit studi yang berfokus pada siswa remaja di pesantren. Dengan demikian, penelitian ini merupakan kesempatan yang berharga karena karakter dan kebutuhan siswa remaja di pesantren sangat berbeda dari komunitas lainnya. beberapa hasil penelitian menunjukkan masalah lain, yaitu kurangnya pendidikan atau kampanye tentang produk halal untuk milenial Muslim, khususnya keterlibatan generasi Muslim muda dalam sosialisasi jaminan produk halal yang tergolong lemah. Ini menjadi tantangan potensial bagi kampanye pendidikan yang kecil mengenai pentingnya konsumsi produk halal kepada masyarakat umum (Aulia & Fitriyani, 2025)

Selain itu, dalam penelitian sebelumnya sebagian besar metode pendidikan tentang Halal yang digunakan adalah kuliah didaktik di kelas (Nurdin et al., 2024) sehingga pendekatan kampanye yang interaktif, efektif dan lebih menarik, terutama untuk audiens muda, kurang digunakan (Aulia & Fitriyani, 2025). Penelitian oleh Aulia (2025) yang menggunakan pendekatan etnografi, menganalisis tokoh populer dalam sosial media instagram @aishamaharani dan @dianwidayanti dan menunjukkan bahwa influencer bukan hanya endorser tetapi juga membimbing perilaku konsumsi Gen Z agar lebih selaras dengan Islam. Selain itu, sangat sedikit studi yang secara deskriptif menganalisis seberapa dalam perubahan pemahaman peserta setelah program kampanye, sehingga penelitian tersebut belum memberikan pemahaman komprehensif tentang efektivitas metode yang digunakan. Abdul Muid (2024) menunjukkan studi yang mempelajari bagaimana kampanye program berpusat pada pemahaman peserta dan bagaimana studi tersebut dapat menangkap semua lingkup efektivitas pendidikan. Oleh karena itu, lebih banyak penelitian yang berfokus pada remaja di pesantren yang harus dilakukan dengan menggabungkan metodologi kualitatif dan kuantitatif untuk menangani metode pendidikan interaktif dan inovasi.

Remaja pesantren memiliki peluang besar untuk menjadi penerus dan pengemban nilai-nilai Islam di Masyarakat (Jalalussayuthy & Murcahyanto, 2024). Namun, penelitian terkait gaya hidup berbasis kehalalan di pesantren menunjukkan bahwa sebagian santri masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai kehalalan produk maupun praktik keseharian (Yetty & Priyatno, 2021). Salah satu penyebabnya adalah metode pendidikan yang masih bersifat konvensional. Beberapa kalangan anak remaja mengungkapkan bahwa pendekatan ini sering monoton, terlalu serius, dan tidak menarik perhatian mereka (Ningtyas & Pradikto, 2025). Melalui metode edukasi dan sosialisasi, Edukasi ini bertujuan mengidentifikasi tingkat pemahaman remaja pesantren serta mengevaluasi seberapa efektif kampanye edukasi dalam meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya gaya hidup halal sebagai nilai pembentuk pola

pikir dan moral islami. Penelitian ini berfokus pada remaja pesantren Karena remaja pesantren berada di fase penting dalam pembentukan karakter Islami dan memiliki kapasitas untuk menyebarkan nilai-nilai moral di masyarakat.

2. METODE

Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan mendeskripsikan, meneliti, dan menjelaskan sesuatu yang dipelajari apa adanya, dan menarik kesimpulan dari kejadian yang dapat diamati dengan menggunakan angka-angka (Sulistiyawati & Trinuryono, 2022). penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2013). Sedangkan pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan dengan menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya (Jayusman & Shavab, 2020). Metode penelitian disajikan dalam diagram alir sebagai berikut:



Tempat edukasi dilakukan di Pondok Pesantren X pada 11 November 2025. Responden penelitian merupakan siswa SMP yang bersekolah di Pondok Pesantren X. Responden adalah siswa yang hadir pada hari edukasi dan dengan jumlah 15 santriwan dan 20 santriwati. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pre-test dan post-test kepada 35 responden. Data primer diperoleh melalui tanya jawab terstruktur secara langsung kepada responden. Pertanyaan mencakup pemahaman mengenai kehalalan produk, yang terdiri dari: 1) konsep halal, 2) pandangan bahwa makanan dan minuman berlabel halal lebih baik dibandingkan yang tidak berlabel, dan 3) pertimbangan kehalalan saat membeli produk. Seluruh pertanyaan diberikan dengan pilihan jawaban ‘Iya’ atau ‘Tidak’ dan dicatat secara sistematis. Analisis data dilakukan secara bivariat dengan membandingkan hasil pre-test dan post-test untuk melihat perubahan nilai responden dengan menggunakan instrumen N-Gain Score.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan penyuluhan edukasi kehalalan pada remaja bertema “Peran Edukasi Halal Dalam Pembentukan Karakter Islami” melibatkan usia remaja awal sebagai responden yang terdiri dari 20 santri putra dan 15 santriwati putri. Penyuluhan dilakukan secara tatap muka dengan metode ceramah interaktif. Pengukuran tingkat pemahaman peserta baik sebelum dan sesudah penyampaian materi didukung dengan pre-test dan post-test. Data dan rekaman hasil kuesioner pre-test dan post-test digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman responden sebelum dan sesudah penyampaian materi. Dengan diselengi kegiatan tanya jawab interaksional untuk meningkatkan keterlibatan peserta.

Pondok pesantren adalah lembaga pendidikan yang memiliki akar kuat di dalam tradisi masyarakat Muslim Indonesia. Selama berjalannya waktu, pondok pesantren mampu menjaga dan mempertahankan eksistensinya sebagai sistem kelangsungan hidup. Pondok pesantren juga

memiliki model pendidikan yang mencakup berbagai aspek. Sejarah bangsa Indonesia mencatat bahwa pondok pesantren berperan besar dalam memperkuat iman, meningkatkan ketakwaan, membentuk akhlak yang baik, mengembangkan semangat gotong royong masyarakat Indonesia, serta memperkuat kehidupan bangsa (Putri, et al., 2023)

Tabel 1. Tabel distribusi hasil pengukuran pengetahuan melalui kuisioner pretest dan posttest

Penyuluhan kepada 35 Santri Usia 13-16 th	Hasil Pengukuran Melalui N-Gain Score	
	<i>pre-test</i>	<i>post-test</i>
Nilai rata-rata	69,22	87,57
Selisih	18,35	

N-Gain	Kategori
$g \geq 0.70$	Tinggi / Efektif
0.30 – 0.69	Sedang / Cukup Efektif
$g < 0.30$	Rendah / Tidak Efektif

N-Gain (g) =

$$\frac{\text{Posttest} - \text{Pretest}}{100 - \text{Pretest}}$$

Perhitungan N-Gain Score

$$g = \frac{87.57 - 69.22}{100 - 69.22}$$

$$g = \frac{18.35}{30.78}$$

$$g = 0.596$$

Hasil N-Gain Score:

0.596 (kategori: Cukup Efektif / Sedang)

Hasil pada pre-test ini menunjukkan bahwa rata-rata nilai yang didapatkan responden adalah 69,22 yang menyatakan preferensi terhadap titik kritis pemahaman mengenai produk halal dan pengaruhnya terhadap pembentukan moral serta perilaku remaja. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa pengetahuan masyarakat mengenai produk halal serta pengaruhnya terhadap pembentukan moral perlu ditingkatkan kembali. Logo halal pada kemasan produk menunjukkan bahwa produk tersebut disertifikasi halal. Fatwa halal Majelis Ulama Indonesia menunjukkan bahwa audit dan sertifikasi halal telah dilakukan pada produk tersebut (Nusran et al., 2021). esadaran halal bagi masyarakat muslim dapat mempengaruhi keinginan mereka dalam pembelian suatu produk (Yunus et al., 2014). Pentingnya pemilihan produk ini karena apabila produk haram sampai masuk ke tubuh maka itu menjadi sebab rusaknya moral seorang remaja, hingga dapat merusak psikologi, mental hingga kesehatan konsumen tersebut.

Hal ini sejalan dengan temuan penelitian. Hasil uji beda menunjukkan selisih rata-rata pre-test dan post-test sebesar 18,57, atau setara dengan 11%, yang menunjukkan bahwa santri lebih memahami pentingnya barang halal untuk membangun moral dan akhlak.

Tabel 2. Tabel distribusi efektivitas penyuluhan edukasi kehalalan melalui kuisioner posttest penelitian.

Kategori Pemahaman	Jumlah (Anak)	Persentase
Baik (76-100)	32	91%
Cukup (50-75)	1	3%
Kurang (26-49)	2	6%
Sangat Kurang (0-25)	0	0%
Total	35	100%

Pada tabel 2, hasil post-test menunjukkan hampir seluruh santri memahami pentingnya kehalalan produk dan bahaya dari barang haram dari segi pembentukan moral. Sebanyak 91% santri mendapatkan pemahaman yang baik setelah dilakukan edukasi gaya hidup halal (32 responden). Tabel 1 dan 2 menunjukkan bahwa nilai rata-rata 35 santri sebelum edukasi kehalalan adalah 69,22 dan nilai rata-rata setelah pemberian edukasi adalah 87,57.

Hasil menunjukkan bahwa edukasi gaya hidup halal membantu santri lebih memahami pentingnya kehalalan produk sebagai dasar pembentukan moral dan akhlak; 32 anak mendapatkan nilai posttest 76-100, 1 anak mendapatkan nilai 50-75, dan 2 anak mendapatkan nilai 26-49. Peningkatan skor ini mengindikasikan efektivitas kegiatan penyuluhan dalam meningkatkan pemahaman santri mengenai kehalalan produk. Dari segi urgensi, produk halal dan haram sangat fundamental dalam konsep spiritualitas terutama perilaku dan konsumsi produk yang halal dan thayyib.

3.1. Edukasi Kehalalan Di Pesantren

Kegiatan ini dilaksanakan di Pondok Pesantren yang merupakan sebuah lembaga pendidikan berbasis Islam, sehingga ajaran ideologi Islam terkait halal dan haram sangat ditekankan. Ajaran agama Islam dan keamanan pangan merupakan faktor yang mempengaruhi pemilihan makanan. Faktor lainnya, keamanan pangan berkaitan dengan faktor agama. Dewi (2020) menyatakan bahwa makanan dengan label halal dianggap sehat dan aman untuk dimakan, sehingga menciptakan kepercayaan bahwa makanan tersebut aman dan layak untuk dimakan. Sejalan dengan penelitian Taufani (2023) dalam jurnal S Soesilowati (2018) tentang penelitian pada remaja SMA di Kota Bandung, memiliki hasil bahwasanya siswa memilih makanan halal karena menganggap makanan yang halal mengandung bahan-bahan yang sehat. Seorang Muslim sangat mengutamakan kehalalan saat melakukan pembelian terhadap suatu produk makanan (S Soesilowati, 2018). Label halal meningkatkan kesadaran konsumen terkait makanan halal dan membantu mereka membuat keputusan untuk membeli barang tersebut (Setyaningsih & Marwansyah, 2019).

Di lingkungan pesantren, Santri sudah banyak diajarkan tentang gaya hidup halal. Pendidikan Pondok Pesantren didasarkan atas hubungan yang kuat antara manusia dengan Allah SWT. Kurikulum pondok pesantren didasarkan pada aktivitas sehari-hari para santri. Gaya hidup seseorang akan berubah jika aktivitas tersebut dilakukan berulang kali. Di seluruh dunia, gaya hidup halal merupakan cara hidup seseorang yang ditunjukkan melalui aktivitasnya serta pendapatnya mengenai lingkungannya (Fiqiah, 2024).

Materi yang kami sampaikan berkaitan dengan edukasi kehalalan produk di lingkungan remaja mencakup:

a. Pemahaman perbedaan antara definisi produk halal, haram dan syubhat dengan memberi penjelasan kepada remaja mengenai semua produk yang dikonsumsi atau digunakan secara sah sesuai dengan hukum Islam adalah halal, termasuk bahan makanan, proses pembuatan, dan metode distribusi. Produk yang haram adalah sebuah produk yang dilarang sama sekali, dan pasti mengandung yang haram, misalnya babi, alkohol, darah, dan bangkai, atau diproses dengan cara yang jelas haram. Diantara keduanya ada yang disebut syubhat, yaitu produk yang status kehalalannya tidak pasti, dan masih diperdebatkan. Di antara ketiga kategori ini sangat diperlukan pemahaman yang baik pada remaja untuk dapat memilih lebih baik, lebih tepat, dan lebih mempertimbangkan dengan syari'at dalam memilih setiap makanan, minuman, atau kosmetik dan lainnya.

b. Pengetahuan mengenai syarat produk halal, supaya santri mengetahui persyaratan dasar yang harus dipenuhi oleh produsen agar produk dapat diberi label halal, diantaranya bahan baku harus berasal dari sumber halal, proses produksi tidak boleh terkontaminasi oleh bahan haram, alat dan fasilitas harus bersih dan tidak digunakan secara bergantian dengan produk haram, dan produsen harus mematuhi Fatwa dan peraturan Halal MUI di Indonesia. Pemahaman ini memungkinkan pemuda untuk menghargai bahwa halal bukan hanya masalah 'tanpa babi,' tetapi seluruh produksi dan pengolahan dilakukan dengan cara yang aman dan higienis serta sesuai dengan ajaran agama.

c. Contoh produk tidak halal yang beredar di Masyarakat. Santri remaja perlu mengetahui bahwa di setiap komunitas, terdapat produk potensial yang tidak halal, yang bisa dikonsumsi maupun sebaliknya. Contohnya permen berlabel tidak halal, camilan impor, minuman beralkohol yang disamarkan, gelatin dari babi dalam permen kenyal, kosmetik yang mengandung kolagen dari hewan yang meragukan, produk makanan dari restoran yang kurang diawasi dalam proses persiapannya sehingga menimbulkan risiko kontaminasi dengan zat haram. Sangat penting bagi santri remaja untuk dapat mengenali produk-produk tersebut karena ini akan membantu mereka lebih berhati-hati dalam memilih, menghindari tertipu oleh kemasan yang menarik dan tren konsumsi yang dipromosikan di media sosial.

d. Penekanan pentingnya sertifikasi halal. Santri remaja perlu memahami adanya sertifikasi halal mengandung arti bahwa produk tersebut telah ditinjau secara menyeluruh dan memenuhi standar halal yang ditetapkan oleh lembaga-lembaga keagamaan seperti MUI atau BPJPH. Mengingat seringnya klaim penipuan dan banyaknya produk yang berasal dari luar negeri, sertifikasi halal menjamin populasi muslim bahwa kekhawatiran mereka tentang keabsahan produk-produk tersebut sepenuhnya terjamin.

e. Pentingnya gaya hidup halal di tengah arus globalisasi. Penting bagi remaja untuk mengembangkan gaya hidup dengan pola halal, yaitu cara hidup dengan mengonsumsi dan menggunakan produk sesuai dengan nilai-nilai agama. Pola hidup seperti ini tidak hanya sekadar mengikuti ajaran agama, tetapi juga mencerminkan sikap lebih selektif, lebih sadar akan kesehatan, dan lebih peduli secara etis ketika berbelanja. Dengan pola hidup seperti ini, remaja dapat lebih menyaring pengaruh luar serta tetap menjaga identitas keislaman di tengah modernitas yang berkembang.

f. Korelasi halal dengan krisis moral. Pengetahuan ini mendorong pemahaman dan kepedulian Santri terhadap kehalalan suatu produk sangat terkait dengan pembentukan karakter dan moral generasi muda. Ini mencerminkan rendahnya kesadaran etika dan tanggung jawab spiritual jika remaja memiliki kebiasaan mengabaikan aspek halal-haram dalam konsumsi.

Edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman santri tentang pentingnya memilih produk halal sebagai pembentukan moral sehingga santri mampu menunjukkan perilaku selektif terhadap produk yang dijumpai sehari-hari. Pemberian edukasi dan pelatihan singkat pada siswa SMP dapat meningkatkan pengetahuan halal dan ketrampilan praktis mengenai pemilihan pangan yang halal (Murhadi et al., 2022).

3.2. Perbedaan halal, haram dan syubhat dalam memilih produk

Edukasi produk halal diawali dengan penyampaian 3 materi yang berkaitan dengan halal, haram dan syubhat dalam suatu produk. Materi pertama yang disampaikan mengenai konsep kehalalan produk, yang menjelaskan mengenai jenis produk yang dikategorikan halal, haram dan syubhat. Selain itu, materi ini juga membahas dalil Al-Qur'an dan hadist yang berkaitan dengan perintah umat islam dalam mengonsumsi produk yang halal dan thayyib. Halal dalam syariat islam mengarah pada segala sesuatu yang diperbolehkan tanpa adanya sanksi, baik dalam bentuk konsumsi maupun perbuatan. Muhammad Ibn Ali Al-Shaukani menyatakan bahwa halal merupakan sesuatu yang terbebas dari ikatan larangan syari'at agama (Azizah et al., 2025).

Sementara itu, haram adalah sesuatu yang dilarang oleh Allah untuk dilakukan, dengan larangan yang tegas. Siapa saja yang melanggarnya akan mendapat siksaan dari Allah di akhirat kelak. Selain itu, menurut Nabi Muhammad Saw, jika seseorang mengonsumsi haram, maka doa yang dipanjatkan tidak akan dikabulkan, dan semua amal ibadah yang dia lakukan juga tidak akan diterima oleh Allah SWT (Rahmadani, 2015).

Sementara itu, hal yang berada di antara halal dan haram disebut syubhat. Hadis yang diriwayatkan oleh Muslim menekankan untuk menggunakan hal yang halal, meninggalkan hal yang haram, serta berhati-hati dalam urusan yang hukumnya belum jelas. "Yang halal itu sudah jelas dan yang haram pun sudah jelas; dan di antara keduanya ada hal-hal yang mutasyabihat (syubhat, samar-samar, tidak jelas halal haramnya), kebanyakan manusia tidak mengetahui hukumnya. Barang siapa hati-hati dari perkara syubhat, sungguh ia telah menyelamatkan agama dan harga dirinya..." (HR. Muslim) (Sholihin, 2024).

Dalam perkara syubhat dan haram memiliki perbedaan yang tipis, pemahaman yang dangkal terkait syubhat dapat menyebabkan seseorang terjerumus ke dalam hal haram, dan segala sesuatu yang haram tempatnya di neraka. sehingga diperlukan adanya edukasi untuk memberikan pemahaman yang mendalam sebagai sarana pengembangan moral melalui penanaman sifat wara' (kehati-hatian) untuk meninggalkan hal-hal yang meragukan demi menjamin keselamatan dari perkara haram.

Tabel 3. Gambaran mengenai pemahaman responden

Pembahasan	Ya n (%)	Tidak
Pemahaman perbedaan halal, haram dan syubhat	32 (90%)	3 (10%)
Pentingnya memilih produk bersertifikasi halal	31 (89%)	4 (11%)
Hubungan konsumsi produk halal dengan pembentukan moral	32 (90%)	3 (10%)

Menurut hasil tabel ke 3, 90% santri sudah memahami terkait konsep halal dalam kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian kehalalan pangan pada siswa di Pondok Pesantren Pertanian Darul Fallah Bogor yang menyatakan pemahaman responden tentang maksud kata halal sebesar 99% atau 82 responden dari total 83 responden yang menghadiri edukasi (Putri et al., 2023).

Pemahaman santri ini sudah didasari oleh pembelajaran dan pendidikan di pesantren, santri tidak hanya mempelajari teori agama, tetapi juga dibiasakan untuk menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam mengawasi dan menjaga kehalalan dari makanan serta barang yang digunakan setiap hari. Materi fiqih diajarkan tidak hanya sebagai

pengetahuan, tetapi juga melalui praktik dan pembiasaan, sehingga santri mampu memahami dan menjalankan hukum halal dan haram dalam kegiatan sehari-hari (Ramadhan & Munadirin, 2023). Pada pelajaran hadits juga memberikan teladan langsung dari Nabi Muhammad mengenai pentingnya memilih yang halal dan menjauhi yang haram, sehingga santri belajar prinsip-prinsip kehalalan tidak hanya secara teori tetapi juga melalui contoh Nabi. Pesantren juga aktif menanamkan kesadaran santri untuk memilih produk halal, khususnya makanan dan minuman, melalui pembinaan dan strategi yang dilakukan oleh pengurus pesantren (Vega, 2024).

3.3. Pentingnya label halal dalam pemilihan produk

Kegiatan penyuluhan edukasi halal dilanjutkan dengan pengenalan label halal dalam memilih produk sebagai upaya untuk melindungi konsumen dalam mengambil keputusan tentang makanan dan minuman (Siregar, 2023). Dilihat dari hasil presentase kuisisioner yang menyatakan 89% atau total 31 responden dari total 35 responden santri memahami bahwa pentingnya pemilihan produk yang bersertifikasi halal sejalan dengan keamanan standar pangan yang lebih tinggi, lebih higienis, aman dan terbebas dari kontaminasi berbahaya.

Sejalan dengan penelitian (Nusran et al., 2021), mayoritas responden percaya bahwa logo Halal dalam kemasan makanan sangat penting. Selain itu, mayoritas responden merasa aman untuk mengonsumsi produk makanan dan minuman dengan sertifikasi Halal. Berdasarkan persentase responden, 90% setuju dan sangat setuju terkait pentingnya logo halal pada kemasan makanan sangatlah penting dan keamanan dalam mengonsumsi produk makanan dan minuman yang bersertifikat halal. Selanjutnya, lebih dari separuh responden (66%) setuju bahwa sertifikat logo Halal menunjukkan produk tersebut memiliki kualitas terbaik.

Dalam kurun waktu terakhir, isu penipuan pangan telah menjadi perhatian global karena dampak buruknya terhadap kesehatan, kepercayaan konsumen, integritas sistem pangan, dan pemilihan produk bagi umat Muslim (Sholahuddin et al., 2025). Menurut Database Penipuan Pangan (2022), lebih dari 10% produk pangan dunia diduga mengandung unsur-unsur palsu seperti bahan palsu, label palsu, dan pencampuran bahan ilegal (Everstine *dkk.*, 2024). Penipuan makanan, terutama yang berkaitan dengan sertifikasi halal, juga semakin meningkat di Indonesia. Menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) pada tahun 2022, lebih dari 120 pelanggaran di bidang Makanan tercatat yang melibatkan unsur-unsur yang tidak sah atau haram, seperti klaim palsu label halal dan pencampuran daging babi dalam produk daging sapi. Hal ini menjadi masalah serius mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam dan sangat bergantung pada sertifikasi pangan halal (Latif dan Sambas, 2025).

Masalah pemalsuan label halal tentu saja memberikan pengaruh besar terhadap perilaku konsumen dalam memilih produk, terutama dalam hal keputusan membeli. Karena bagi konsumen muslim, mengonsumsi makanan tidak hanya untuk memenuhi kepercayaan terhadap agama, tetapi mereka juga percaya bahwa makanan dengan label halal pasti berkualitas dan baik untuk kesehatan (Makhfiyyani, Maura dan Syarif, 2025).

Edukasi yang telah disampaikan kepada remaja terkait sertifikasi halal yakni Komisi Fatwa MUI telah mengeluarkan untuk barang-barang berdasarkan temuan audit LPPOM. Untuk mendapatkan label "Halal", Bagian Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) akan melakukan uji terhadap produk tersebut. Labelisasi adalah persetujuan untuk menulis pernyataan atau menempatkan tulisan halal pada kemasan untuk membuktikan kehalalan barang (Maksudi, Bahrudin dan Nasrudin, 2023). Sertifikasi halal adalah pengakuan resmi tentang kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal

BPJPH) berdasarkan fatwa dari Majelis Ulama Indonesia. Proses sertifikasi halal melibatkan BPJPH dan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) (Fitri dan Jumiono, 2021).

Materi edukasi ini ditujukan agar para remaja pesantren memiliki sikap kritis terhadap kehalalan suatu produk. Ketika memilih produk baik di tempat pusat perbelanjaan maupun *e-commerce*. Tujuan materi ini juga sebagai pengetahuan pada remaja bahwasannya untuk suatu produk mendapatkan sertifikasi halal, perlu melalui pengujian dan prosedur yang ketat melalui BPJPH. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) adalah salah satu lembaga yang dibentuk di bawah naungan Kementerian Agama. Tugas BPJPH adalah mengurus proses sertifikasi halal di Indonesia. Selain itu, BPJPH juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang masuk, beredar, dan dijual di Indonesia memenuhi syarat halal (Aisyah et al., 2023).

Oleh karena itu, Konsumen Muslim yang membeli produk dengan label halal secara otomatis menaruh kepercayaan penuh bahwa produk tersebut tidak mengandung bahan-bahan terlarang, termasuk babi atau produk turunan babi (Siagian & Suparmin, 2025). Label halal yang tertera pada suatu produk bukan sekadar simbol atau strategi pemasaran, tetapi juga merupakan bukti hukum bahwa produk tersebut telah melewati proses sertifikasi yang sesuai dengan hukum Syariah (Harianto, Ohorella dan Dalimunthe, 2023).

3.4. Urgensi kehalalan produk sebagai pembentukan akhlak dan moral

Hasil tabel ke 3 menunjukkan bahwasanya edukasi memberikan santri gambaran terkait bahaya dari konsumsi produk haram yang dapat merusak moral seorang remaja, hingga dapat merusak psikologi seseorang akibat dari konsumsi narkoba, dan minuman memabukkan lainnya. 90% Santri memahami hubungan antara rusaknya moral akibat konsumsi produk haram dan terbentuknya moral yang baik karena konsumsi serta menjalankan gaya hidup yang halal atau sesuai syari'at agama.

Kehalalan produk tidak hanya mempengaruhi aspek agama saja, tetapi juga memengaruhi cara berpikir dan tingkah laku seseorang. Misalnya, bagi seseorang yang terbiasa meminum minuman beralkohol seperti khamr, bir, atau vodka, maka daya tahan fisiknya akan menurun. Akibatnya, bisa terjadi gangguan mental pada masyarakat karena adanya ketergantungan. Hal ini bisa terjadi ketika seseorang yang terkena ketergantungan kehilangan uang dan harta miliknya. Akibatnya, ia mungkin terdorong untuk melakukan tindakan melanggar hukum demi mencari cara memenuhi kebutuhan hidupnya. Selain itu, konsumsi alkohol atau khamr dapat menyebabkan perubahan drastis pada seseorang, menjadikannya kejam, tidak manusiawi, berbudi pekerti rendah, serta memiliki perangai dan akhlak yang jauh lebih buruk daripada Binatang (Bella *dkk.*, 2024).

Pada sesi tanya jawab interaktif, didapati banyak dari remaja terutama Sebagian besar remaja laki-laki mengetahui contoh produk haram yang beredar di sekitar mereka. Seperti pil koplo atau biasa disebut narkoba, dan bir dengan beberapa merek dagang. Mereka juga mengetahui titik kritis keamanan psikologi, moral maupun kesehatan apabila masuk ke dalam tubuh. Pengetahuan di Pesantren mengajarkan kepada mereka bahwa konsumsi produk haram dapat menjauhkan diri dari Allah SWT dan menjadikan doa tidak dikabulkan.

Secara medis, alkohol dan produk terlarang lainnya berdampak pada kesehatan mental dengan memicu gangguan kognitif, psikosis, dan perilaku agresif. Dalam dimensi sosial, ketergantungan pada alkohol sering kali berujung pada kekerasan rumah tangga, kriminalitas, dan degradasi moral yang merusak tatanan masyarakat. Dari sisi ekonomi, konsumsi alkohol

tidak hanya membebani individu dan keluarga, tetapi juga memberikan konsekuensi negatif terhadap produktivitas masyarakat secara keseluruhan (Azhara et al., 2025).

Produk halal bukan hanya sekedar memenuhi persyaratan agama, tetapi dapat dilihat sebagai bentuk dari tanggung jawab moral dan sosial terkait etika dalam konsumsi. Dalam konteks ini, produk halal berperan dalam terciptanya konsumsi yang etis, sehingga tidak hanya aspek hukum agama yang diperhatikan, tetapi juga kesejahteraan sosial, prinsip etika yang lebih luas, serta kepedulian terhadap lingkungan (Lestari, 2024). Dalam Maqasid Syari'ah nilai moralitas menjadi pondasi yang penting, sehingga penerapan prinsip etika Islam dalam produksi dan evaluasi kehalalan produk dapat dipastikan melalui prosedur sertifikasi halal. Penerapan prinsip tersebut dapat menumbuhkan kesadaran moral bahwa setiap tindakan konsumsi adalah bagian tanggung jawab spiritual dan sosial (Syuhada, 2023). Selain menjadi ujian bagi iman seseorang, mengkonsumsi makanan dan minuman haram juga memberikan banyak mudharat bagi baik secara spiritual dan fisik (Syukriya & Faridah, 2019).

Memilih produk halal bukan hanya kewajiban agama, melainkan sebuah tanggung jawab moral, karena produk halal memengaruhi perilaku dan kesadaran moral seseorang. Rasa tanggung jawab moral (moral obligation) mendorong para konsumen untuk membeli barang yang sesuai prinsip Islam. Selain itu, gaya hidup seseorang mencerminkan karakter dan kepribadiannya, dan bagi umat Muslim, seluruh aspek kehidupan telah diatur oleh ajaran Islam. Dengan begitu, gaya hidup halal tidak hanya sekedar pilihan konsumsi, tetapi juga kewajiban untuk menegakkan idealitas seorang Muslim sekaligus membentuk akhlak dan etika dalam kehidupan sehari-hari (Mauluddi, 2019).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan penyuluhan edukasi kehalalan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan sebanyak $89\% \pm 18,35$ pada korelasi antara halal lifestyle dengan pembentukan moral remaja, sebelum dan sesudah diberi edukasi. Sebagian besar remaja mengungkapkan bahwa edukasi halal lifestyle merupakan hal vital yang dapat mempengaruhi seseorang dalam bersikap dan menentukan tindakan. Temuan ini menunjukkan bahwa edukasi halal lifestyle pada remaja pesantren sangat efektif (N-Gain score 91%) dalam meningkatkan kesadaran remaja untuk memilih gaya hidup halal yang sesuai syariat agama islam. Data ini masih terbatas pada informasi umum yang diperoleh melalui kuesioner, dan dapat ditingkatkan menjadi pengetahuan spesifik perseorangan dengan kategori peningkatan yang terukur melalui pendataan dan analisis menggunakan instrumen yang lebih baik seperti SPSS.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini, khususnya kepada Pondok X yang telah menyediakan fasilitas dan mendukung proses edukasi. Terima kasih juga disampaikan kepada para Asatidz yang telah memberikan bimbingan teknis dan dukungan sepanjang kegiatan.

6. REFERENSI

- Aisyah, D. I., Nurmalia, F., Azizah, N. A. N., & Marlina, L. (2023). Analisis Pemahaman Sertifikasi Halal Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh). *Journal Of Islamic Economic Studies And Practices*, 2(2).
- Aulia, M. H., & Fitriyani, N. (2025). Strategi Komunikasi Influencer Halal Dalam Menyampaikan Produk Secara Syariah Sebagai Upaya Edukasi Syariah. *Gunung Djati Conference Series*, 56.
- Azhara, S., Fajrillah, U. H., Husna, L., Daulay, S. S., & Harahap, A. G. (2025). Analisis Hukum

- Konsumsi Khamr Dan Dampak Terhadap Kesehatan Manusia Dalam Perspektif Fiqih Jinayah Dan Maqāṣid Al-Syarī'ah. 10(1).
- Azizah, M., Arif, M. Z., & Prayogi, A. (2025). Perspektif Al-Qur'an Dan Hadis Dalam Mengonsumsi Makanan (Studi Normatif Tentang Hukum Halal Dan Haram Makanan). *Al-Nizam: Indonesian Journal Of Research And Community Service*, 3(1).
- Bella, S., Doni, S. N., Azhara, S. C., Destoarezkya, A. D., & Siregar, A. N. (2024). Akibat Diharamkannya Mengonsumsi Makanan Dan Minuman Yang Mengandung Alkohol Dalam Islam Bagi Kesehatan Manusia. *Nian Tana Sikka : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(4), 126–133. <https://doi.org/10.59603/Niantanasikka.V2i4.454>
- Dewi, N. S. A. A. (2020). Kajian Kesadaran Konsumsi Pangan Halal Pada Pelajar Sltp. *Indonesian Journal Of Halal*, 3(1), 69–73. <https://doi.org/10.14710/Halal.V3i1.8383>
- Everstine, K. D., Chin, H. B., Lopes, F. A., & Moore, J. C. (2024). Database Of Food Fraud Records: Summary Of Data From 1980 To 2022. *Journal Of Food Protection*, 87(3), 100227. <https://doi.org/10.1016/J.Jfp.2024.100227>
- Fiqiah, S. M. (2024). Peran Pondok Pesantren Dalam Aktualisasi Halal Lifestylesantri. 1(1).
- Fitri, Z. E., & Jumiono, A. (2021). Sertifikasi Halal Produk Olahan Pangan. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 3(2), 1–7. <https://doi.org/10.30997/Jiph.V3i2.9676>
- Hariato, F., Ohorella, N. R., & Dalimunthe, M. A. (2023). Kompetensi Komunikasi Guest Service Agent Dalam Mendorong Kepuasan Tamu Mh Hotel Ipoh Malaysia. *Komunika*, 19(02), 30–35. <https://doi.org/10.32734/Komunika.V19i02.13783>
- Ihsan, I., & Mukrimah, M. (2023). Perilaku Konsumtif Gaya Hidup Santri Prespektif Ekonomi Islam: (Studi Kasus Santri Amsilati Pondok Pesantren Syaichona Moh. Cholil Putri). *Journal Of Economic And Islamic Research*, 1(02), 165–176. <https://doi.org/10.62730/Journalofeconomicandislamicresearch.V1i02.56>
- Jalalussayuthy, J., & Murcahyanto, H. (2024). Pesantren Sebagai Pilar Pembentukan Akhlak Remaja: Studi Kasus Dan Tantangan. *Journal Of Education And Instruction (Joeai)*, 7(2), 412–425. <https://doi.org/10.31539/Joeai.V7i2.9775>
- Jayusman, I., & Shavab, O. A. K. (2020). Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Artefak*.
- Latif, Y., & Sambas, N. (2025). Legal Analysis Of The Responsibility Of Business Actors In Fulfilling Obligations For Halal Certification And Bpom Distribution Permits For Food Products. *Literacy : International Scientific Journals Of Social, Education, Humanities*, 4(1), 01–06. <https://doi.org/10.56910/Literacy.V4i1.1979>
- Lestari, E. P. (2024). Produk Halal Sebagai Manifestasi Etika Konsumsi: Tinjauan Filosofis.
- Makhfiyyani, K., Maura, M. S., & Syarif, M. (2025). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Religiosity Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Instan Korea Melalui Minat Beli (Studi Kasus Konsumen Gen Z Muslim/Ah).
- Maksudi, Bahrudin, & Nasrudin. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal Dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 825–840.
- Mauluddi, H. A. (2019). Determinan Minat Membeli Produk Halal. *At-Tijarah : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 5(2).
- Muid, A., Arifin, B., Karim, A. (2024). Peluang Dan Tantangan Pendidikan Pesantren Di Era Digital (Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Islah Bungah Gresik). *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 11(1)
- Murhadi, M., As, S., & Rizal, S. (2022). Pelatihan Memilih Produk Pangan Sehat, Aman Dan Halal Di Smp Kecamatan Trimurjo—Lampung Tengah. *Sinar Sang Surya: Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 222. <https://doi.org/10.24127/Sss.V6i1.1904>
- Nadia, BZ, Fadholah, A., Kurniawan, K., Nadia Mira, K., & Fatimah, NI Gambaran Pengetahuan dan Personal Hygiene Santriwati Terhadap Penyakit Skabies di Pondok Modern Darussalam Gontor Putri Kampus 2.
- Ningtyas, S. Z., & Pradikto, S. (2025). Pengaruh Metode Pembelajaran Konvensional Dan Game Terhadap Pembelajaran Kwu Dalam Meningkatkan Minat Belajar Sman 4 Pasuruan. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 3(1), 115–124. <https://doi.org/10.47861/Jkpu-Nalanda.V3i1.1507>
- Nurdin, M. A., Anwar, D. M., Cahyanto, T., & Windayani, N. (2024). Pengembangan Indikator

- Literasi Halal: Dari Teori Ke Ruang Kelas Pembelajaran Ipa. *Indonesian Journal Of Halal*, 7(1), 45–54.
- Nusran, M., Haming, P., Prihatin, E., Hasrin, S. M., & Abdullah, N. (2021). Edukasi Gaya Hidup Halal Di Kalangan Komunitas Generasi Milenial. *International Journal Mathla'ul Anwar Of Halal Issues*, 1(2), 1–10. <https://doi.org/10.30653/ijma.202112.20>
- Putri, A. Y., Mariza, E., Alimni (2023). Pesantren Sebagai Lembaga Pendidikan Islam (Sejarah Lahirnya Pesantren Sebagai Lembaga Pendidikan Islam Di Indonesia, Sejarah Perkembangan Pesantren/ Sistem Pendidikan, Dan Perkembangannya Masa Kini). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*. 3(2). 6684-6697.
- Putri, P. A., Septiana, H. R., & Andrini Saputri, N. (2023). Gambaran Terkait Kehalalan Pangan Pada Siswa Di Pondok Pesantren Pertanian Darul Fallah Bogor. *Promotor*, 6(3), 292–296. <https://doi.org/10.32832/Pro.V6i3.258>
- Rahmadani, G. (2015). Halal Dan Haram Dalam Islam. *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum*, 2(1).
- Rahmat, Okspendri, C., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Literasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Pembelian Produk Berlabel Halal Studi Pada Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung. 4(01).
- Ramadhan, M., & Munadirin, A. (2023). Pendidikan Fiqih Di Pesantren Dalam Bingkai Afektif, Kognitif, Dan Psikomotorik (Studi Di Pesantren Miftakhul Jannah Dan Pesantren Salafiyah). *Istifkar: Media Transformasi Pendidikan*, 3(2), 185–206. <https://doi.org/10.62509/Ji.V3i2.95>
- Rokhmawati, D., Anugrah, R., Hariyanto, A., Limgiani, L., & Rahmawati, M. F. (2024). Penguatan Kesadaran Produk Halal Bagi Remaja Dan Ibu Rumah Tangga Di Desa Kedungrejo. *Jast: Jurnal Aplikasi Sains Dan Teknologi*, 8(1), 82–97. <https://doi.org/10.33366/Jast.V8i1.5957>
- S Soesilowati, E. (2018). Business Opportunities For Halal Products In The Global Market: Muslim Consumer Behaviour And Halal Food Consumption. *Journal Of Indonesian Social Sciences And Humanities*, 3(1). <https://doi.org/10.14203/Jissh.V3i1.50>
- Sari, R. N., Umurohmi, U., & Susilo, H. (2024). Persepsi Pelajar Terhadap Makanan Dan Minuman Halal Di Propinsi Lampung. 4.
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The Effect Of Halal Certification And Halal Awareness Through Interest In Decisions On Buying Halal Food Products. *Sy'Ar Iqtishadi: Journal Of Islamic Economics, Finance And Banking*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.35448/Jiec.V3i1.5515>
- Sholahuddin, M., Ridho, M. R., & Abdullah, M. A. (2025). Halal Food Fraud In Indonesia: A Sharia-Based Review And Strategic Solutions. 2(2).
- Sholihin, R. (2024). Konsep Halal Dan Haram (Perspektif Hukum Dan Pendidikan). *Journal Of Islamic And Law Studies*, 8(1).
- Siagian, I. Y., & Suparmin, S. (2025). Consumer Protection Against Halal-Labeled Marshmallow Products Containing Pork Ingredients From The Perspective Of Law No. 33 Of 2014 Concerning Halal Product Guarantees. *Journal Analytica Islamica*, 14(2).
- Siregar, D. (2023). Penyuluhan Dan Sosialisasi; Sertifikat Halal Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Memilih Makanan Dan Minuman Di Universitas Tjut Nyak Dhien Medan. *Jurnal Solma*, 12(3), 1012–1020. <https://doi.org/10.22236/Solma.V12i3.12673>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiyawati, W., & Trinuryono, S. (2022). Analisis (Deskriptif Kuantitatif) Motivasi Belajar Siswa Dengan Model Blended Learning Di Masa Pandemi Covid19. *Jurnal Kadikma*, 13(1), 68–73.
- Susanti, S. & Mashudi. (2022). Analisis Pandangan Masyarakat Bangkalan Terhadap Produk Dengan Label Halal. *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 6(2), 146–158. <https://doi.org/10.30762/Istithmar.V6i2.300>
- Syuhada, E. F. (2023). Pendekatan Maqasid Syariah Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pada Sertifikasi Halal. *At-Tawazun, Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(02), 21–28. <https://doi.org/10.55799/Tawazun.V11i02.332>
- Syukriya, A. J., & Faridah, H. D. (2019). Kajian Ilmiah Dan Teknologi Sebab Larangan Suatu Makanan Dalam Syariat Islam. *Journal Of Halal Product And Research*, 2(1).
- The Royal Islamic Strategic Studies Centr. (2023). *The Muslim 500: The World's 500 Most*

- Influential Muslims, 2023. The Royal Aal Al-Bayt Institute For Islamic Thoughts.
- Vega, A. (2024). Strategi Pengurus Pesantren Dalam Menyadarkan Para Santri Terhadap Urgensi Penggunaan Produk Halal Berdasarkan Perspektif Hifdz An-Nafs.
- Yetty, F., & Priyatno, P. D. (2021). Literasi Gerakan Gaya Hidup Halal Di Pondok Pesantren Al-Jadid Kecamatan Kopo, Kabupaten Serang, Banten. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 20–24. <https://doi.org/10.46576/Rjpkm.V2i1.906>
- Yunus, N. S. N. M., Rashid, W. E. W., Ariffin, N. M., & Rashid, N. M. (2014). Muslim's Purchase Intention Towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 130, 145–154. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.018>